

Санкт-Петербургский государственный университет

*ИСЛАМСКАЯ КАТЕГОРИЯ «ХАЛАЛ» В ИНДУСТРИИ  
СОВРЕМЕННОЙ МОДЫ*

Выпускная квалификационная работа по направлению 51.03.01  
«Культурология»

Основная образовательная программа бакалавриата СВ.5041.2014  
«Культурология»

**Исполнитель**

Машук Анна Константиновна

**Научный руководитель**

Кандидат культурологии

Кафедра философии и культурологии

Востока

Усеинова Софья Рустэмовна

**Рецензент**

Кандидат философских наук

Научный сотрудник

Отдел «Религии Востока»,

Федеральное государственное  
бюджетное учреждение культуры  
«Государственный музей истории  
религии»

Османова Ирина Андреевна

Санкт-Петербург

2017

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФЕНОМЕНА МОДЫ. ....	7
1.1. СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ МОДЫ. ....	13
1.2. ФУНКЦИИ МОДЫ ПРИМЕНИТЕЛЬНО К МУСУЛЬМАНСКОЙ МОДЕ. ....	16
2. ИСЛАМСКИЙ ФЕМИНИЗМ ПРОТИВ ХИДЖАБА.....	21
2.1. КОРАН И ХАДИСЫ О НОРМАХ ОДЕЖДЫ.....	31
2.2. ХИДЖАБ КАК ИСТОЧНИК ОБЩЕСТВЕННОГО ДИСКУРСА.....	35
3. МУСУЛЬМАНСКАЯ СКРОМНАЯ МОДА.....	37
3.1. СКРОМНАЯ ОДЕЖДА ДЛЯ МУСУЛЬМАНОК В КОЛЛЕКЦИЯХ МОДНЫХ ДОМОВ .....	45
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	52
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ. ....	55
ПРИЛОЖЕНИЕ .....	61

## ВВЕДЕНИЕ

Мода – удивительное явление, являясь неотъемлемым элементом культуры, она способна схватывать и очень точно репрезентировать события, происходящие в обществе, и его трансформацию. Кроме того, мода выполняет важнейшую коммуникативную функцию, с помощью которой каждая из культур может заявить о себе.

Так, в связи с неуклонным ростом мусульманского населения во всём мире, в общественном дискурсе всё чаще поднимаются вопросы, относящиеся к одежде мусульман: правильно ли позволять людям носить одежду, которая столь ярко отражает их религиозную принадлежность; действительно ли мусульманки сами хотят покрываться или же это делается исключительно из-за давления со стороны; насколько опасна исламизация европейской моды и правы ли модные дома, создающие специализированные мусульманские коллекции. Стоит сказать, что часто эти вопросы порождают настоящие скандалы.

В свою очередь, самих мусульманок, особенно живущих в иной культурной среде, также волнует ряд вопросов, связанных с одеждой. Один из важнейших вопросов этой области может звучать следующим образом: как одеться так, чтобы выглядеть достойно, соответствовать всем нормам и требованиям религии, но в то же время красиво и современно, а также не слишком выделяться в обществе, где подавляющее большинство одевается согласно европейской моде. И тогда на помощь приходят дизайнеры, предлагая женщинам такую одежду, которая могла бы полностью удовлетворять их требования.

**Актуальность** данной работы заключается в том, что она вносит свой вклад в изучение сложного и многогранного процесса становления мусульманской моды от первых исламских феминистов и их взгляда на ношение скромной мусульманской одежды до специальных коллекций для мусульманок от мировых модных домов. Мусульмане с каждым годом всё

плотнее интегрируются в европейское и российское общество, и изучение феномена мусульманской моды облегчает межконфессиональное понимание и помогает налаживать диалог.

**Практическая значимость** данной работы обусловлена тем, что мода выполняет ряд социально значимых функций, а также она служит своеобразным зеркалом, отражающим происходящие в обществе события. Кроме того, необходимо помнить, что наше общество многонационально и понимание мусульман, и того, как функционирует мусульманская община в многонациональном светском российском обществе крайне важно. Проблемы хиджаба в публичном пространстве весьма актуальны и для нас. Следовательно, изучение и осмысление феномена мусульманской моды должно быть неотъемлемой частью изучения ислама в России.

**Степень изученности проблемы.** Мода применительно к европейскому обществу уже давно занимала исследователей. Можно назвать ряд исследователей, среди которых будет Г.Зиммель, Т.Веблен, Р.Барт и проч., чьи работы стали твердой теоретической базой для комплексного изучения моды как социокультурного феномена. Также необходимо отметить А.Б.Гофмана, который дал в своей работе «Мода и люди. Новая теория модного поведения» прекрасный комплексный анализ моды и рассмотрел различные аспекты взаимодействия моды и общества. Следует еще раз подчеркнуть, что все данные работы выполнены на европейском материале.

Такое явление как мусульманская мода вплоть до последних десятилетий ничуть не занимала исследователей, несмотря на то, что в Арабском мире мусульманская мода стала активно развиваться примерно с 1970-х гг. Вследствие этого стоящих, глубоких трудов, затрагивающих данный вопрос, действительно мало. Большую часть информации, касающейся данного вопроса, можно найти в журнальных и газетных статьях; также для анализа помогают блоги мусульманских женщин, в которых они могут описывать различные стороны своей жизни, в том числе и отношения с модой. Таким образом, мы располагаем в основном

источниками, притом очень разнородными и разной степени надежности, которые еще только предстоит осмыслить с научных позиций.

Среди немногих работ, где интересующие нас аспекты освещены несколько более полно, стоит отметить книги двух исследовательниц арабского происхождения: Л. Ахмед («Женщины и гендер в исламе», 1992 г.) и Н. эл-Саадави («Скрытое лицо Евы», 1980 г.). Основной упор они делают непосредственно на положении женщины в патриархальном исламском обществе, но вместе с тем, они обе уделяют внимание вопросу важности хиджаба.

**Объектом** исследования является мода, как социокультурный феномен.

**Предметом** исследования является современная мусульманская мода, её взаимоотношения с немусульманским обществом.

**Цель** данной работы заключается в комплексном исследовании скромной мусульманской моды. Для выполнения этой цели были поставлены следующие **задачи**:

- Выявить функции моды применительно к мусульманскому обществу;
- Изучить историю становления скромной мусульманской моды;
- Рассмотреть коранические цитаты и хадисы, сообщающие нам о нормах одежды;
- Проанализировать коллекции для мусульманок от крупнейших модных домов и понять, что именно заставило их сделать эти коллекции;
- Определить отношение самих мусульманок к подобным коллекциям, а также отношение к ним представителей иной культурной традиции.

**Методологическую базу** исследования составили труды российских и зарубежных авторов, среди которых можно назвать Г.Зиммеля, А.Б. Гофмана, А.А. Долинину, Л. Ахмед, Н. эл-Саадави, С.В. Хоружую и С.Н.

Турк и др. Кроме того, значительную часть работы составляют статьи из различных интернет-газет, посвященные состоянию современной скромной мусульманской моды.

**Хронологические рамки** исследования охватывают период с начала XXв. по 2016 г.

Данная работа включает следующие **методы исследования**: ретроспективный анализ, описательный метод, а также функциональный метод и метод анализа литературы.

Представленная работа состоит из трёх глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Главы делятся на несколько разделов.

В первой главе приводится общая характеристика моды, как социокультурного феномена, рассмотрены концепции изучения моды, социальные функции в целом, а также их применение к мусульманскому обществу.

Во второй главе приводится историческая справка касательно отношения исламского феминизма к ношению хиджаба, а также указываются цитаты из Корана и хадисы.

В третьей главе анализируются и сопоставляются термины «халал», «мусульманская мода» и «скромная мода». Приводится описание специальных мусульманских коллекций для мусульманок.

В заключении подведён итог исследованию и сделаны необходимые выводы относительно скромной мусульманской моды.

В списке литературы указывается полный список источников, включающий книги, статьи и медиаресурсы. В приложении даны необходимые иллюстрации.

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФЕНОМЕНА МОДЫ.

В связи с необходимостью осмысления феномена скромной моды вначале следует разобраться с общими понятиями, структурой и функциями моды, как социального явления.

Мода – неотъемлемая часть человеческой жизни, которая может ярко иллюстрировать ту или иную эпоху. Согласно Г.Зиммелю, «мода – постоянное явление человеческой истории».<sup>1</sup> К тому же она – значительное явление в социально-культурной и экономической сферах. Довольно сложно найти схожее явление, которое оказывало бы столько же воздействия. А.Б. Гофман в книге «Мода и люди» задаётся вопросом: «Почему огромные массы людей время от времени что-то меняют в своём внешнем, да и не только внешнем, облике, хотя вроде бы ничего их к этому не понуждает?».<sup>2</sup> Уже из самого вопроса понятно, что мода обладает огромной властью и несёт определённые социально значимые функции, о которых речь пойдёт ниже.

Само слово «мода» прошло определённую эволюцию: до XIX в. слово «мода» было крепко связано со словом «обычай», в дальнейшем развитии эти слова отдалились друг от друга по значению, более того, они стали антонимами. В современном употреблении слово «мода» скорее соотносится с различного рода явлениями, которые быстро набирают популярность и так же быстро её теряют. Если обратиться к словарю русского языка, то там мода будет характеризоваться, как «совокупность вкусов и взглядов, господствующих в обществе в определённое (обычно короткое) время»<sup>3</sup>, а также «образцы одежды, отвечающие господствующим вкусам данного момента»<sup>4</sup>. В обоих определениях подчеркивается краткосрочность этого явления.

В исследованиях моды выделяются три классические концепции:

---

<sup>1</sup>Зиммель Г. Мода//Избранное. – Т. 2. – Созерцание жизни. – М.: Юрист, 1996. – С. 266.

<sup>2</sup>Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. – М.: Книжный Дом "Университет", 2013. – С.15.

<sup>3</sup>Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка. – СПб.:Норинт, 2004. – С.549.

<sup>4</sup> Там же.

### 1. Классовая мода.

Эта модель рассмотрения моды была тесно связана с понятием «роскошь» и «служила для формирования классовых различий».<sup>5</sup> Наиболее яркими представителями этой концепции можно назвать Т.Вейблина и Г.Зиммеля, в своих работах они делали упор на то, что мода развивается исключительно в высших слоях общества.

### 2. Массовая мода.

Вторая модель более демократична и связана с развитием массового общества и общества потребления. В XX в., в связи с развитием и трансформацией общества, теория классовости моды неоднократно подвергалась критике, и в итоге на смену ей пришла новая – теория массовой моды. Представители данной теории, к которым можно отнести П. Бурдьё, Р. Барта, Ж. Бодрийяра, подчеркивали, что «с развитием массового производства по мере увеличения доходов среднего класса мода перестает быть привилегией высших групп и становится доступной широким слоям».<sup>6</sup>

### 3. Быстрая мода (fast-fashion).

Совсем новая форма существования моды, которая связана с постмассовым обществом. Принимая во внимание, что сам феномен моды крайне быстротечен, феномен быстрой моды полностью оправдывает своё название. Такая мода направлена на мгновенное удовлетворение нужд и потребностей потребителя. Её отличительная особенность состоит в том, что коллекции в магазинах сменяются от 6 до 20 раз в год.<sup>7</sup> Вопросом моды как социального явления, а также теорией моды занимался целый ряд выдающихся исследователей, часть из которых уже была упомянута выше.

---

<sup>5</sup>Гурова О. Ю. FastFashion: быстро сшить, быстро продать, быстро выбросить. Концепция моды и потребление вещей в современном российском обществе // Экономическая социология. – 2008 – №. 5. – Т. 9. – С.58

<sup>6</sup>Гурова О. Ю. Социология моды: обзор классических концепций //Социологические исследования. – 2011. – №. 8. – С. 72.

<sup>7</sup> Россияне становятся жертвами быстрой моды. URL: <http://style.rbc.ru/fashion/2006/09/26/19385.shtml> – Дата обращения 20.04.2018.



Несмотря на то, что о моде высказывалось довольно много различных суждений, выстраивались теории и предпринимались попытки понять и осмыслить её, она всё ещё остаётся во многом непознанным явлением. А.Б. Гофман даже ставит её в один ряд с такими «всегда решаемыми и никогда не решёнными проблемами, как счастье, любовь и благо».<sup>8</sup>

Одному из главных теоретиков моды, представителю теории классовой моды, Г. Зиммелю принадлежит идея двойственности моды. Для него мода – это общественное образование, всегда объединяющее два противоположных стремления человека: к подражанию, с одной стороны, и к отличию, с другой.

Стоит отметить, что подражание является естественным человеческим стремлением: с самого раннего возраста человек подражает. Сначала ребенок подражает словам и звукам, которые произносят родители, и таким образом учится говорить, потом через игру подражает миру взрослых и т.д. Сам Зиммель пишет, что «привлекательность подражания состоит прежде всего в том, что представляет нам возможность целенаправленной и осмысленной деятельности и там, где нет ничего личного и творческого <...> Оно дает индивиду уверенность в том, что он в своих действиях не одинок»<sup>9</sup>.

Стремление же к отличию продиктовано тем, что элита всегда желает обособиться, в то время, как более низкие слои населения стремятся во всё ей подражать. В работе «Психология моды» Г. Зиммель назвал это явление «эффектом просачивания».<sup>10</sup> Этот эффект проявляется следующим образом: элита вводит новую моду, некоторое время элитарная группа является единственным носителем новшества, тем самым подчеркивается социальный статус группы, но постепенно происходит «просачивание» новой моды к другим, более низким социальным слоям, и элитарные группы уже не являются единственными носителями – грань между высоким и низким социальным статусом размывается. Когда это происходит, то элита

---

<sup>8</sup>Гофман А. Б. Мода и люди.... –С.15

<sup>9</sup>Зиммель Г. Мода//Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. – С. 266.

<sup>10</sup>Зиммель Г. Психология моды //Научное обозрение. – 1901. – №. 5. – С. 46-48.

«устремляется в погоню за новыми культурными образцами, вводя новые моды с целью обозначить и сохранить свою групповую идентичность».<sup>11</sup> Так и начинается модная гонка. Г.Зиммель пишет, что «мода означает, с одной стороны, присоединение к равным по положению, единство характеризуемого ею круга и именно этим отъединение этой группы от ниже ее стоящих, определение их как не принадлежащих к ней».<sup>12</sup> Следовательно, мода – это ещё и способ разделения классов.

Стоит отметить, что стремление к обособлению одной группы от другой не ново: испокон веков знать стремилась отделить себя от простых людей и, конечно, проще и нагляднее всего сделать это с помощью одежды. Как и в европейском мире, в мире мусульманском одежда передавала ранг и статус владельца, профессию и религиозную принадлежность. Представления людей о допустимой одежде опирались, как правило, на религиозную традицию. Если человек вдруг был замечен в одежде, не свойственной его социальной группе, то это был определённый сигнал несогласия с существующим порядком.

Необходимо подчеркнуть, что мода – явление противоречивое и в ней существует следующий парадокс: с одной стороны, мода подталкивает человека к выражению своей личности, к индивидуализации. Следуя моде или, наоборот противопоставляя себя ей, человек выражает себя: кто он есть или кем хочет быть, свой социальный статус и проч. Но с другой стороны, несмотря на такой, казалось бы, огромный потенциал к индивидуализации, участники моды, с каждым годом становятся всё однороднее и проявляют сходство в выборе одежды, что можно объяснить «диктатом» крупных домов моды, задающих тренды сезона, фирм; связанных с модой, которые выбирают цвета года и каждого сезона, например Пантон (Pantone); а также популярностью брендов сегмента масс-маркет, делающих моду доступной. Социолог и исследователь моды Фред Дэвис уверен, что «современный

---

<sup>11</sup>Гофман А. Б. Мода и люди... – С.166

<sup>12</sup>Зиммель Г. Мода//Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. – С. 268

человек свободен в выборе одежды и поэтому он сам несет ответственность за то, чтобы подчинить себя и свою индивидуальность соблазнам массового производства и потребительства, которые его окружают».<sup>13</sup>

Такая характеристика моды, как подражание, на наш взгляд, может трансформироваться в следующую: массовость. Массовость как явление стала чётко прослеживаться с начала XXв. в самых разнообразных сферах жизни, в том числе и в моде. С приходом нового столетия жизнь людей подверглась значительным изменениям: урбанизация достигла высокого уровня, что привело к появлению неизвестных или не столь популярных ранее различных массовых форм общения. Кроме того, вносили свой вклад в развитие феномена массовости разнообразные технические новшества. Также в начале XX в. появились возможности для создания фабрик конвейерного типа, что позволяло производить тот или иной товар совершенно одинаковым в большом количестве. А.Б. Гофман подчёркивает, что «мода неотделима от массы и массовой культуры».<sup>14</sup>

Мода как составная часть культуры способна формировать образ жизни людей, а также отражать специфические особенности и черты, присущие культуре и обществу в целом в данный момент. Гофман делит участников моды на три категории: конгломерат, толпа и публика. На наш взгляд, эти категории универсальны, т.е. могут служить как для иллюстрации состояния европейской моды, так и для исламской. Каждая из этих категорий так или иначе вносит свой вклад в массовость моды.

Так, конгломерат «способствует расширению круга приверженцев определённых модных стандартов, <...> стимулирует активность участия в моде».<sup>15</sup> Примером конгломерата может служить любое кратковременное соединение людей, например, в транспорте. Конгломераты могут стимулировать активность участников моды, в таком общественном

---

<sup>13</sup>Davis F. Clothing and fashion as communication //The psychology of fashion. – 1985. – С.20.

<sup>14</sup>Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды... С.118.

<sup>15</sup>Там же, С.119.

соединении более активно, чем в следующих происходит информирование о новой моде и уже об отошедшей.

В толпе же, характеризующейся «пространственной близостью, каким-либо внешним стимулом, эмоциональной общностью»<sup>16</sup> трансляция модного поведения и стандартов исходит от лидера.

Эти два типа участников моды известны уже достаточно давно, относительно новым является третий тип – публика. Благодаря возникновению именно этого типа, мода приобрела действительно массовый характер. Если сравнивать публику с толпой, то мы увидим, что публика является более устойчивым и постоянным образованием. Как уже было отмечено, существование публики крайне важно для моды, т.к. публика может сама формировать модные стандарты и приписывать им различные значения. «До тех пор пока какой-либо культурный образец не признан в качестве модного публикой, т.е. пока она не признала его в качестве модной ценности, он не может считаться модным».<sup>17</sup>

Также стоит отметить, что важную роль в распространении модных стандартов и формировании публики играют СМИ: как бы не были удалены участники моды друга от друга, они всё равно остаются связанными между собой, например, они могут читать один и тот же журнал, который в свою очередь диктует стандарты модного поведения. Не секрет, что в наши дни мы всё больше информации получаем из сети Интернет, и в первую очередь социальные сети сообщают нам огромный объём информации о том, что модно, а что уже нет. Немаловажную роль в распространении новостей играет их новизна и «каждая новая новость обесценивает предыдущие».<sup>18</sup> Эта постоянная гонка за новым порождает такой феномен, сложившийся в последние десятилетия, как быстрая мода.

В современном мире, несмотря на то, что классовость моды отошла на второй план, элита всё же может отделяться от остальных социальных групп

---

<sup>16</sup> Гофман А. Б. Мода и люди... – С.119

<sup>17</sup> Там же, С.123

<sup>18</sup> Там же, С.124.

благодаря дорогим брендам, которые первыми вводят модные тенденции, а только после этого их подхватывает масс-маркет и следовательно более широкие слои населения. Кроме того, в модном мире существуют так называемые *трендсеттеры* – люди-инноваторы, которые воспринимают различные тренды быстрее всех и транслируют их окружающим. Трендсеттерами могут быть звёзды, блогеры, общественные деятели, т.е. все те люди, которых мы постоянно видим в различных телевизионных программах, фильмах, журналах, социальных сетях и проч.

Всё вышесказанное даёт нам понимание того, насколько огромно влияние моды. Её мода распространяет и поддерживает путём набора социальных функций, к рассмотрению которых мы сейчас обратимся.

### 1.1. СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ МОДЫ.

Мода затрагивает и контролирует различные сферы жизни, помимо манеры одеваться: нашу речь, мнение, веру, отдых, музыку, искусство и литературу, т.е. можно сказать, что она пронизывает всю нашу жизнь, независимо от того, хотим мы этого или нет. Исходя из этого становится понятно, что мода играет весомую роль в обществе, она является важным средством социального контроля, как индивида, так и целой группы людей. Осуществляется этот контроль посредством нескольких социальных функций.

«Выявление социальных функций моды предполагает ответ на вопрос: “Что она делает для социальной системы, какую роль играет в ней?”».<sup>19</sup> Самый общий ответ, который можно дать, будет следующим: мода организует социальную систему путём регулирования поведения индивидов и групп, к тому же, она приспособливает социальную систему к изменяющимся условиям её существования.

---

<sup>19</sup>Гофман А. Б. Мода и люди... С.179

Теперь обратимся к рассмотрению этих функций подробнее. Согласно А.Б. Гофману, в моде можно выделить следующие функции:<sup>20</sup>

- Создание и поддержание единообразия и разнообразия в культурных образцах;

Единообразие проявляется, когда один и тот же культурный образец принимается максимально большим количеством людей. Вследствие этого моду нередко обвиняют в том, что она всех стандартизирует, навязывает одинаковые вкусы. Но стоит отметить, что «без определённой степени единообразия в культурных образцах <...> наша жизнь была бы невозможна».<sup>21</sup>

Единообразие культурных образцов, активно поддерживаемое модой, может играть положительную роль, налаживая диалог между конкурирующими культурными стандартами. Стоит добавить, что такое единообразие может способствовать развитию взаимопонимания между разными культурами, что на сегодняшний день является важным вопросом.

Разнообразие же проявляется, когда один тренд дробится на ещё несколько, например, одна и та же вещь по форме может быть изготовлена из разных материалов или с разным набором функций. Здесь в качестве примера можно привести структуру модного рынка. Он делится на высокую моду (haute couture), прет-а-порте де люкс (pret-a-portedelux), прет-а-порте (pret-a-porte), бридж (bridge), масс-маркет (mass-market). Иллюстрацией этой системы может служить следующее: дизайнерская абая, например, от Dolce&Gabbana или DKNY, принадлежащая к сегменту высокой моды или прет-а-порте де люкс, будет стоить тысячи долларов. Такая цена оправдывается прежде всего именем бренда, также немаловажную роль играет качество пошива и материал (кружево, шёлк). Подавляющее большинство мусульманок не могут себе позволить одежду такого уровня, но существуют локальные бренды, которые тоже производят абайи или любую другую мусульманскую одежду,

---

<sup>20</sup> Гофман А. Б. Мода и люди ... – С.179-197.

<sup>21</sup> Там же, С.183.

соответствующую требованиям религии (подробнее см. ниже), и относятся к сегментам от прет-а-порте до масс-маркета. Бренды в сегменте от прет-а-порте до бриджа используют по большей части натуральные ткани, но тем не менее присутствует довольно большой процент искусственных тканей. В сегменте масс-маркета наоборот, больше используются синтетические ткани, чем может объясняться невысокая цена вещей, но справедливости ради, стоит отметить, что в этом сегменте также встречаются и неплохие натуральные ткани, и качественный пошив.

– Инновационная функция;

Мода влияет на обновление в различных сферах жизни. Она делает общество более гибким, позволяя ему подстраиваться под меняющиеся условия. Стоит отметить, что чем более общество инновационно, тем менее оно связано с традиционностью и обычаем. В то же время взаимодействие этой функции с традициями неоднозначно. В качестве примера можно привести следующее: ношение платка обязательно для соблюдающих мусульманских женщин. Это традиция. Но способы его ношения, цвет платка могут быть различны.

Гофман отмечает, что эта функция может способствовать актуализации культурной традиции. «Дизайнеры широко используют в своём творчестве стилевые особенности традиционных культур».<sup>22</sup> Так, в последнее время дизайнеры всё чаще и чаще обращаются к теме Востока: в весенне-летней коллекции модного дома Marc Jacobs (весна-лето 2018) все модели были в тюрбанах и не было ни одного облегающего силуэта (см. приложение №1-3). Помимо этого модного дома к теме Востока обращались и многие другие, например, Ralph Lauren, Rachel Zoe. Стоит отметить, что так или иначе тема Востока привлекает дизайнеров. И даже если коллекция целиком не посвящена восточной тематике, то будут представлены варианты одежды, отсылающие к ней. В качестве примера можно привести крайне

---

<sup>22</sup> Гофман А. Б. Мода и люди... – С. 186.

неоднозначное решение российского бренда Sorry I'm Not, когда на подиум вышла модель в никабе, но на уровне талии была вшита сетка, обнажающая живот (осень-зима 2016-2017) (см. приложение №4).

– Коммуникативная функция;

Взаимодействие с другими людьми крайне важно для человека. Мода – один из способов его проявления. Задача этой функции транслировать другим людям модные стандарты, которые включают в себя ещё и модные ценности (современность, универсальность, демонстративность). «Такие сообщения выражают образ идеального “я” участника моды».<sup>23</sup>

– Функция социальной дифференциации и нивелирования;

Можно сказать, что эта функция дублирует «эффект просачивания»: на ранних этапах, когда мода только приходит и ей владеет одна лишь элита, то здесь проявляется функция социальной дифференциации, а когда она охватывает всё более широкие слои общества – нивелирования. Эти две функции невозможно рассматривать в отрыве друг от друга.

– Функция социализации;

Эту функцию мода выполняет путём приобщения участников к социальному и культурному опыту, кроме того, человек, участвующий в моде усваивает различные социальные нормы и ценности. Как и все прочие средства социальной регуляции, мода также носит нормативный характер, несмотря на то, что она менее императивна, чем все прочие определённые санкции за невыполнение её норм всё же есть. «Обычные санкции в таких случаях: избегание “нарушителя” в своей социальной группе, насмешка, гласное или негласное порицание и т.п.».<sup>24</sup>

## 1.2. ФУНКЦИИ МОДЫ ПРИМЕНИТЕЛЬНО К МУСУЛЬМАНСКОЙ МОДЕ.

---

<sup>23</sup>Гофман А. Б. Мода и люди... – С.182.

<sup>24</sup> Там же, С.193



Говоря о мусульманской, или о скромной моде, важно понимать, что её до определённого момента просто не существовало, по крайней мере, не в том виде, в котором она есть сейчас. Однако была традиция, которая вполне чётко диктовала правила жизненного уклада, в том числе и как нужно одеваться. Источником изучения того, как одевались люди в традиционном обществе и вестернизированном, могут служить фильмы и фотографии XX в.

Если мы посмотрим на фотографии людей из разных мусульманских стран, но одного периода, то увидим, что люди одевались согласно традиции, но с поправкой на местные особенности. В каждой из стран будет свой, совершенно особенный способ одеваться. Здесь важно подчеркнуть, что это различие можно было увидеть на примере деревенских жителей, т.к. все крупные города Арабского мира с 1930 по 1970 гг. были подчинены западной моде. Так, глядя на старые фотографии указанного периода, мы можем увидеть девушек без хиджабов и в коротких юбках (см. приложение №5-6), их одежда не выдаёт никаких знаков, которые могли бы указывать на религиозную принадлежность, напротив, мы видим западный стандарт, западную моду того или иного периода. Важно понимать, что главный момент в вестернизации моды заключается в том, что когда западная мода приходит в иную культурную традицию, то она не учитывает никаких её особенностей и колорита.

В условиях же деревенской жизни, одеться не как все, не согласно традиции означало бросить вызов обществу. На наш взгляд, в деревнях таких смельчаков было мало (если они были вообще). Переезд из города в деревню, в указанный выше период, мог оказаться если не культурным шоком, то невероятным удивлением: человек, привыкший видеть традиционный уклад, определённый способ одеваться (женщины одеты скромно, покрыты; мужчины так же одеты согласно традиции), окунался совсем в другую среду. Хорошим примером может служить египетский фильм «В поисках скандала» (Bahth an al-Fadiha, 1973), в котором главный герой как раз оказывается в подобной ситуации (см. приложение №7-9).

Анализируя перечисленные выше функции моды и применяя их к мусульманскому традиционному обществу, мы увидим, что не все функции коррелируют с ним.

Так, инновационная функция не могла осуществляться в рамках традиции, как, впрочем, и коммуникативная. И напротив, социализирующая и функция социальной дифференциации существовали и более того, играли весьма важную роль. Рассмотрим каждую из функций применительно к скромной моде подробнее.

Итак, первая функция – функция создания и поддержания единообразия и разнообразия в культурных образцах. На наш взгляд, данная функция, опять-таки до определённого момента, отсутствовала в традиционном мусульманском обществе, т.к. по сути культурный образец, ориентир был один – традиция. И глядя на фотографии деревенских жителей можно заметить лишь то, как традиционная скромная одежда меняется с учётом колорита той или иной страны (см. приложение № 10-13).

В то же время, жители крупных городов могли демонстрировать обе стороны этой функции. За единообразие отвечала вестернизация моды, подавляющее большинство носило одежду западного образа, но всё же стоит отметить, что этот образец не был единым, а делился на несколько разновидностей: длина, материал, цвет одежды был различен – проявлялась некоторая индивидуализация.

Пожалуй, наиболее очевидным будет утверждение о том, что в традиционном мусульманском обществе инновационная функция также отсутствовала. Мода, несущая в общество новизну, сталкивается с давней традицией и, как можно понять, в этом столкновении мода с её инновационной функцией проигрывает. «Поскольку действие моды распространяется на самые различные сферы социально-экономической и культурной жизни, постольку она увеличивает инновационный потенциал

общества, готовность к принятию и внедрению нововведений в соответствующих сферах».<sup>25</sup>

Также эта функция может способствовать «адаптации общества к изменяющимся условиям его существования, как внутренним, так и внешним».<sup>26</sup> Что, в свою очередь, может помочь избежать удивления и непонимания от столкновения с иной культурной традицией. Важно отметить, что бывают случаи, когда инновационная функция моды всё же начинает взаимодействие с традиционными культурными образцами и ассимилируется с ними. В качестве примера такой ситуации можно привести современное состояние мусульманской скромной моды.

Коммуникативная функция, как и две предыдущих, не находила яркого отражения в традиционном мусульманском обществе. Задача модной коммуникации состоит в передаче «сообщений», модных стандартов от одной группы людей к другой. Гофман А.Б. отмечает, что «наиболее существенной особенностью модной коммуникации является сравнительно частая смена моды и её широкое <...> распространение».<sup>27</sup> Как уже было неоднократно подчеркнуто, в обществе, где традиция имеет главенствующее значение и определяет практически каждую жизненную сферу, такая функция моды была совершенно ни к чему.

На фоне отсутствия вышеперечисленных функций очень хорошо заметно превалирование некоторых других функций в мусульманском обществе. Так, весьма велико значение социализирующей функции. Как уже было сказано выше, эту функцию мода выполняет путём приобщения участников к социальному и культурному опыту. В обществе, подвластном традиции, крайне важно передать её подрастающему поколению, показать важность усвоения норм и правил общества.

Также фундаментально важной является функция социальной дифференциации и нивелирования. Дифференциация проявлялась в том, что

---

<sup>25</sup>Гофман А. Б. Мода и люди... – С.185.

<sup>26</sup> Там же, С. 185.

<sup>27</sup>Там же, С. 188.

нося традиционную мусульманскую одежду, люди проводили черту между собой и представителями других религий, а функция нивелирования проявлялась путём размытия социально-групповых отличительных признаков, культурные образцы, которые раньше принадлежали узкому кругу людей, становятся всеобщим достоянием. Мы видим, что эта тема моды и, в частности тема скромной мусульманской моды, многогранна и актуальна, и именно поэтому она нуждается в осмыслении. Для полноценного понимания нынешнего состояния скромной мусульманской моды следует сначала изложить историю данного вопроса.

## 2. ИСЛАМСКИЙ ФЕМИНИЗМ ПРОТИВ ХИДЖАБА.

Исламский феминизм, как и многие другие социальные преобразования, зародился в Египте в конце XIXв. – нач. XXв. Существует множество определений термина «феминизм», которые порой противоречат друг другу. В данной работе мы будем опираться на определение, данное Осиповым Г.В.<sup>28</sup>

Феминизм в арабском мире появился и обрёл силу благодаря мужчинам. Во время освободительного движения в нач. XXв., среди интеллигенции мусульманского мира, стало довольно популярно учиться в Европе. Пример другой жизни, культуры, где женщины были достаточно эмансипированы, заставил «по-новому взглянуть на традиционное исламское общество и то место, которое в нем занимает женщина».<sup>29</sup> Арабские страны, оказавшиеся в XIX в. в колониальной зависимости от таких европейских стран, как Англия и Франция, находились в тяжёлом положении: людям приходилось терпеть притеснения во всех сферах жизни, будь то экономическая, политическая или культурная её часть. Но арабским женщинам было тяжелее всего, т.к. им приходилось терпеть «двойную нагрузку патриархальной, а также автократической классовой системы».<sup>30</sup> Однако на протяжении второй половины XIX в. сопротивление народа иностранному и местному господству неуклонно росло. Оно сопровождалось просветительством в областях философии, политической и социальной мысли. Так, А.А. Долинина пишет, что эта эпоха формирования арабской национальной буржуазии и роста национального самосознания играет роль эпохи Просвещения.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> Феминизм – движение женщин за освобождение и достижение равноправия.

Осипов Г. В. Социологический энциклопедический словарь: на русском, английском, немецком, французском и чешском языках. – М., Норма. – 1998. – С.338.

<sup>29</sup> Хоружая С. В., Турк С. Н. История феминистского движения в Египте: генезис и современные тенденции // Научный журнал КубГАУ – 2017. – №. 128. – С.3.

<sup>30</sup> El Saadawi N. The hidden face of Eve: Women in the Arab world. – London., Zed Books. – 2007. – P.345.

<sup>31</sup> Долинина А. А. Очерки истории арабской литературы нового времени: Египет и Сирия. Публицистика 1870-1914 гг. – М., Наука. – 1973. – С.3.

Одним из выдающихся мыслителей того времени был Рифа'а Рафи' ат-Тахтави (1801-1873). Его и ряд других мыслителей таких, как Али Мубарак (1823-1893), Бутрус ал-Бустани (1819-1883). А.А.Долинина называет «представителями передового отряда просветителей».<sup>32</sup> Р. Ат-Тахтави считал, что женское образование необходимо и к тому же, следует освободить женщин от разнообразных притеснений и несправедливостей, которым они подвергались. Две его книги, «Руководство по образованию девочек и мальчиков» (*A Guide to the Education of Girls and Boys*) и «Краткое описание Парижа» (*A Summary Frame work on Paris*), считаются важными ступенями в вопросе улучшения положения женщин.

Следующим мыслителем, понимавшим необходимость преобразования женского общественного положения, был Джамалуддин ал-Афгани (1839-1897). Вместе с группой учеников он играл заметную роль в распространении прогрессивных идей по многим важным вопросам, в том числе они занимались и женским вопросом, выступая за народное арабское движение против империализма и призывая арабский народ неустанно бороться против всех ограничений, налагаемых на их независимость и свободу. Также они пришли к выводу, что вопрос эмансипации женщин крайне важен в борьбе против отсталости и колониализма. Один из учеников Дж. ал-Афгани, Ахмед Фарис аш-Шидйак (1804-1887), опубликовал книгу под названием «Скрестив ноги» (*«One Leg Crossed Over the Other»*) Эта книга является одной из первых, написанных в поддержку эмансипации женщин.

Одним из основателей исламского феминизма является Касим Амин (1865-1908). По возвращению из Франции К. Амин издаёт свою первую книгу «Египтяне», в которой весьма подробно рассматривает общественное положение египетских женщин.

В 1899 г. К. Амин издал книгу «Освобождение женщины» (*«The Liberation of Women»*, «Tahrir al-mar'a»). В ней автор выступал за необходимость женского образования, аргументируя этот пункт тем, что

---

<sup>32</sup> Долинина А. А. Очерки истории арабской литературы нового времени: Египет и Сирия. – С.8.

женщины воспитывают детей и поэтому должны быть хорошо образованы, чтобы дать детям необходимые знания о мире; выступал за право женщин на труд; помимо этих тезисов, среди его предложений был пункт об отказе от хиджаба. Говоря о хиджабе, К. Амин отмечал, что хиджаб, покрывающий женщину, заставляет её «утратить человеческий, естественный облик»<sup>33</sup> и кроме того, хиджаб сковывает движения, мешает говорить. На исторических примерах К. Амин показывает бессмысленность ношения хиджаба современных условиях жизни. Настаивая на отмене хиджаба, он писал, что практика покрытия женщин не является изобретением мусульман, а уходит корнями в доисламский период. Кроме того, такая практика существовала и у христиан, и у иудеев. Женщины должны были покрывать голову, т.к. того требовали религиозные и культурные нормы, но в результате различных социальных изменений этот обычай потерял силу.

Необходимость социальных и культурных преобразований – центральная идея книги «Освобождение женщины». Конечно, большая часть людей восприняла идеи К. Амина негативно, его называли еретиком и прозападником; особенно много споров вызывал вопрос отмены хиджаба, т.к. он считался своего рода символом ислама. На всю критику К. Амин ответил во второй книге, вышедшей в 1901 г. – «Новая женщина» («The New Woman», «Al-mar'a al-jadida»).

К. Амин был убеждён, что эмансипация женщин станет одним из ключевых этапов в освобождении египетского общества от его зависимого положения, и первый шаг к преобразованиям – отмена хиджаба, а отсюда следует второй шаг – научить женщин жить открытой жизнью, помочь им выйти из их вынужденного затворничества. В отличие от большинства, считавшего, что для поддержания нравственной чистоты общества женщины должны жить закрытой жизнью, К. Амин был уверен в том, что затворничество женщин в определённом смысле является щитом, который лишает их полноценной жизни и мешает общественному прогрессу. Книги К.

---

<sup>33</sup> Долинина А. А. Очерки истории арабской литературы нового времени: Египет и Сирия. – С.72.

Амина считаются одними из важнейших в вопросе эмансипации женщин. Позднее работа «Освобождение женщины» стала «настойной книгой первых египетских феминисток».<sup>34</sup>

Благодаря работе первых просветителей стало пробуждаться женское самосознание, сами женщины стали более чётко понимать необходимость уравнивания прав с мужчинами. Первые арабские просветители подготовили благодатную почву для появления первых арабских писательниц, поэтесс, журналисток. В начале 1900-х гг., когда зародилось непосредственно женское движение, «появляются первые женские журналы – «ал-Фатат» (Девушка), «Фатат аш-Шарк» (Восточная девушка) и др. В печати впервые выступают женщины журналистки –Марйана Марраш, Хинд Науфаль, Лабиба Хашим и др.».<sup>35</sup> Как правило, это были женщины из обеспеченных семей.

В целом, женщины перестают жить закрытой жизнью и всё чаще начинают фигурировать в общественной жизни. Стали появляться первые женские организации – «Союз Египетских Женщин» («Egyptian Feminist Union», «it-Tihad al-Insani al-Misri»), которым руководила Худа Ша'арави, «Ассоциация солидарности арабских женщин» (Arab Women's Solidarity Association) основательницей и президентом которой является Наваль эл-Саадви. Помимо остросоциальных и политических вопросов, такие организации занимаются непосредственно женским вопросом и проблемой положения арабской женщины в обществе, вопрос ношения хиджаба также находится в сфере их интересов.

Наиболее видными представительницами женского движения были уже упомянутые Худа Ша'арави (1879-1947), Наваль эл-Саадави (1931), а также Набавийа Муса (1886-1951), Мелек Хифни Насиф (1886-1918), Фатима Мерниси (1940-2015) и многие другие. Важно отметить, что каждая из них

---

<sup>34</sup> Хоружая С. В., Турк С. Н. История феминистского движения в Египте: генезис и современные тенденции // Научный журнал КубГАУ – 2017. – №. 128. – С.5.

<sup>35</sup> Долинина А. А. Очерки истории арабской литературы нового времени: Египет и Сирия. –С.16.



внесла ощутимый вклад в развитие и распространение идей феминизма на Арабском мире.

Худу Ша'арави считают прародительницей женского движения Египта. Как уже было отмечено, она является основательницей «Союза Египетских Женщин», он способствовал достижению значительных успехов в интересах женщин. В центре внимания «Союза» были вопросы, связанные с избирательным правом женщин, повышением уровня образования женщин и изменением в законах о личном статусе. Стоит отметить, что «вопрос отмены хиджаба не стоял в “Союзе египетских женщин” на первом месте».<sup>36</sup> Она сформулировала феминистскую идеологию для арабских женщин, пропагандировала вступление женщин в общественную сферу, ратовала за равные образовательные, профессиональные и политические права с мужчинами. На всех фотографиях Х. Ша'арави запечатлена в хиджабе, но в 1923 г. она сняла хиджаб и сделала это в публичном месте – на центральном железнодорожном вокзале Каира.

Следующей, не менее заметной представительницей женского движения является Набавийа Муса. В 1907 г. она была первой египетской женщиной, которая получила среднее образование. Стоит отметить, что в то время ещё не было средней школы, где могли бы обучаться девочки. Также «она стала первой женщиной-учительницей, получившей зарплату, равную зарплате ее коллег-мужчин»<sup>37</sup>. Она принимала участие в «Союзе египетских женщин». Выступала за необходимость женского образования и отмечала, что необходимо создать национальные образовательные программы, а не следовать за Западом. Важно отметить, что Н.Муса отводила важную роль женскому образованию, писала статьи в Каирские газеты на тему расширения социальных возможностей женщин. «В 1937 Н.Муса основала еженедельный журнал для девушек al-Fatat»<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Mokalled S. N. Faces of feminism in early twentieth century Egypt. – Clemson., Clemson University. – 2016. – P.50.

<sup>37</sup> Voicu C.G. Nabawiya Musa's Autobiography: a Muslim in the Egyptian Memoirs – Iassy., Apollonia –P. 338.

<sup>38</sup> Goldschmidt A. Biographical Dictionary of Modern Egypt. –Boulder., Lynne Rienner Publishers. – P.139.

В 1907 она совершила беспрецедентный на тот момент поступок: сняла никаб. Необходимо уточнить, что Н. Муса отказалась именно от никаба, который закрывает всё лицо, но до конца жизни она покрывала голову. Н.Муса в автобиографии «История моей жизни, написанная моей рукой» («My History by My Pen», «Tarkibi bi-qalami») уделила достаточно внимания вопросу покрытия. Она писала о том, что «Я не могу назвать крестьянку непокрытой только потому, что она не носит прозрачную вуаль, как у городских женщин. Также я не могу назвать некоторых городских женщин покрытыми и скромными, т.к. пестрота их одежды и украшения привлекают много внимания»<sup>39</sup>. Кроме того, Н. Муса вела переписку с писателем-мужчиной в каирской газете ал-Ахрам на тему хиджабов. Он настаивал на том, что женщины должны закрывать лица. В ответе Н. Муса напомнила, что его родственницы, которые происходили родом из деревни, не скрывали лиц, т.к. в деревнях не была распространена эта практика, и добавила, что по его утверждению «мужчины умнее и рациональнее женщин. И если женщины не соблазняются вашими лицами <...> то почему вы, мужчины, более умные и рациональные, соблазняетесь женскими? Вы, мужчины, должны скрывать лица, а не наоборот»<sup>40</sup>

Она отмечала, что хотела свести дебаты о хиджабе от понятий «традиционного» (и неотрывного от него покрытия) и «современного», т.е. ношения хиджаба совсем, к понятию «скромность».

Следующий автор, чьё имя стоит упомянуть – Мелек Хифни Насиф. Как и предыдущие представительницы исламского феминизма, М.Х. Насиф жила в Египте в период нарастающего дискурса о положении женщины в обществе.

Первый комплексный и довольно сложный анализ феминистских утверждений нашёл отражение в работах М.Х. Насиф. «В то время, как Ша'рави поддерживала феминизм западного типа, М.Х. Насиф

---

<sup>39</sup> Voicu C.G. Nabawiya Musa's Autobiography: a Muslim in the Egyptian Memoirs – Iassy., Apollonia. – 2009. – P. 343.

<sup>40</sup> Ibid. – P.345.

сформулировала основу феминизма, который автоматически отделялся от Запада»<sup>41</sup> «В ее сборнике "ан-Нисайят" (1910 г.) помещены 24 статьи, которые посвящены вопросам хиджаба, брака, многоженства, воспитания девочек в школе и дома и т.д. Так, она не настаивала на отмене хиджаба, так как считала, что это будет чревато последствиями, что общество еще не готово к таким нововведениям».<sup>42</sup>

М.Х. Насеф занялась вопросом покрытия женщины примерно через десять лет после выхода в свет книги К. Амина «Освобождение женщины». «Она была против раскрытия, но не по обычным консервативным причинам. Она не считала, что религия диктует что-то конкретное по поводу женской одежды и что женщины, которые носили хиджабы, были более скромными, чем женщины, которые этого не делали, т.к. истинная скромность не определялась наличием или отсутствием платка».<sup>43</sup> В своих статьях она утверждала, что женщины привыкли быть покрытыми и не получится по приказу снять хиджаб. Кроме того, она отмечала, что женщины, которые вняли убеждениям мужчин-феминистов и женщин, транслирующих идеи Запада, и отказались от ношения хиджаба, подвергаются злым упрёкам и к тому же «они удостаиваются взглядов, полных прелюбодеяния <...> Снятие женщинами хиджабов и смешение с мужчинами будет, безусловно, новшеством, но оно приведёт ко злу». Также Насиф отмечала, что, как правило, хиджабы снимали женщины, принадлежавшие к более привилегированному классу, *которые были скорее озабочены модой, чем борьбой за права*. Стоит отметить, что эта мысль, высказанная в нач. XX в., актуальна по сей день. Она настаивала на том, что на первом месте должен стоять вопрос женского образования и предоставления определённых прав, а не вопрос ношения хиджаба.

---

<sup>41</sup> Ahmed L. Women and gender in Islam: Historical roots of a modern debate. – Yale., Yale University Press. – 1992. – P.179.

<sup>42</sup> Турк С. Н. Движение за эмансипацию женщин в Египте (Начальный этап; вторая половина XIX–первая четверть XX в.): дис. на соискание науч. звания канд. ист. наук: спец. 07.00. 03 / Турк Светлана Нальбиевна. – Краснодар. – 2003. – С.29

<sup>43</sup> Ahmed L. Women and gender in Islam: Historical roots of a modern debate. – Yale., Yale University Press. – P.180.

Идеи М.Х. Насиф относительно хиджаба весьма подробно изложены в открытом письме Мей Зиаде, поэтессе и эссеистке, которая и была инициатором их переписки, публиковавшейся в газете ал-Джарида (al-Jarida). В этом письме Насиф объясняла, что её пригласили для того, чтобы она на страницах газеты объясняла девушкам и женщинам, как улучшить их общественное положение. Она писала, что в настоящее время «есть две группы. Одна считает хиджаб причиной отсталости и невежества и поэтому необходимо, чтобы женщины немедленно отказались от него. Другая же группа была уверена, что хиджаб играет крайне важную роль и его отсутствие будет только развращать женщин <...> большинство женщин по-прежнему живут по указке мужчины: если он требует, чтобы женщина покрылась, она покрывается; если требует, чтобы сняла хиджаб – снимает».<sup>44</sup> Она делала акцент на том, что необходимо тщательно проверять слова мужчин-реформаторов: следует опасаться, что мужчина «будет столь же деспотичен в отношении нашего освобождения, как и в отношении нашего же порабощения».<sup>45</sup>

Также необходимо упомянуть о Наваль эл-Саадави, египетской писательнице-феминистке. Как уже было упомянуто выше, Наваль эл-Саадави – основательница и президент «Ассоциации Египетских женщин», в также соосновательница «Арабской ассоциации по правам человека» («Arab Association for Human Rights»).

Основное направление её текстов – положение женщины в исламе. Большой упор в работах она делает на женское здоровье и проблему женского обрезания. Но кроме того, в её работах чётко прослеживается позиция по поводу ношения хиджаба.

В работе «Закрытое Лицо Евы: Женщины Арабского Мира» («The Hidden Face of Eve: Women in the Arab World») Н. Эл-Саадави пишет о том, что вопросы общественной изоляции и ношения хиджаба преимущественно

---

<sup>44</sup> Ahmed L. Women and gender in Islam: Historical roots of a modern debate. – Yale., Yale University Press. – P.181.

<sup>45</sup> Ibid, P.182.

занимали женщин из высших слоёв общества. Это утверждение она аргументирует тем, что после Первой Мировой войны количество мужчин, работающих на заводах сократилось и «арабские страны, как и другие страны мира, были вынуждены использовать женский труд для обеспечения непрерывной работы заводов».<sup>46</sup> Кроме того, женщины начинали прислуживать в богатых домах. Это были возможности для трудоустройства малоимущих женщин, которые думали о том, как прокормить себя и свою семью. В таких условиях в меньшей степени женщины задумывались о покупке покрывала и насколько приемлемо работать в доме, который может быть полон посторонних мужчин или на заводе, бок о бок с мужчинами.

Н. эл-Саадави – противница того, чтобы женщины покрывались. Она не принимает того факта, что женщина самостоятельно захочет покрыться и утверждает, что если мусульманка говорит о своём самостоятельном выборе этого, то она либо лукавит, либо невежественна. Никаб она описывает как «инструмент угнетения женщин».<sup>47</sup> Так, она поддерживает начинания европейских стран по запрету ношения в общественных местах никабов, паранджи и прочей одежды, которая указывает на религиозную принадлежность. Она отмечает, что мусульманки, которые решают покрыться и в то же время учатся в европейских университетах должны понимать, что «они не подтверждают свою “идентичность” подобным образом и должны отдавать себе отчёт в том, что закрыта не только их голова, но и разум».<sup>48</sup> Также Н. эл-Саадави отмечает, что в настоящее время покрываемость превратилась в моду: девушка может носить хиджаб и в то же время быть одетой в обтягивающие джинсы и топ, тем самым демонстрируя свою фигуру.

Следующая представительница исламского феминизма – Фатима Мернисси, писательница и социолог марокканского происхождения. Она

---

<sup>46</sup> El Saadawi N. The hidden face of Eve... – London., Zed Books. – 2007. – P.354.

<sup>47</sup> Interview with Nawal el-Saadawi URL: <http://www.theglobaldispatches.com/articles/nawal-al-saadawi>. – Дата обращения 21.02.2018.

<sup>48</sup> Meet Egypt's most radical woman URL: <https://www.theguardian.com/world/2009/mar/06/egypt-gender>. – Дата обращения 2.03.18.

училась в Сорбонне и Брандейском университете (США), позднее преподавала в университете Мохаммеда V семейную социологию и психосоциологию.

Как и многие другие исламские феминистки она выросла в гареме. Важно отметить, что это не тот гарем, образ которого появляется в голове (помещение с евнухами и стражниками, откуда женщины никогда не выходят). Это та часть дома, женская половина, куда запрещено входить мужчинам. Иными словами, Мернисси выросла в традиционном укладе, где свобода женщин была резко ограничена, что во многом обусловило направление её работы.

Проблему ношения хиджаба она рассматривает в историческом контексте идентичности, рассматривая этот вопрос, как своеобразный побочный результат борьбы за развитие мусульманских женщин. Ф. Мернисси объясняет, что «фундаменталистская волна в мусульманских обществах – это утверждение идентичности. Именно поэтому призывы к покрытию женщин должны рассматриваться в свете болезненного, но необходимого пересмотра идентичности».<sup>49</sup> Исследовательница отмечает, что всякий раз, когда в обществе происходят определённые изменения, то кажется, что «социальное полотно рвётся на части».<sup>50</sup> Некоторое особо радикально настроенные слои населения считают, что снятие женщинами хиджабов приведёт именно к разрыву общества.

Мернисси подходила к проблеме ношения хиджаба с академической стороны. Она анализировала историю через традиционные мусульманские тексты. Она не ставит под сомнение Коран. Вместо этого она призывает тщательнее разбираться в хадисах, достоверность которых сложно подтвердить. Ф. Мернисси отмечает, что «некоторые из хадисов оправдывают притеснение женщин».<sup>51</sup> В качестве примера приводится следующий хадис:

---

<sup>49</sup> Fatema Mernissi, Nawal El Saadawi, and Amina Wadud: A Survey of Islamic Feminism  
URL: <https://geostrategicandgeopoliticalstudiesinstitute.wordpress.com/2013/03/14/fatema-mernissi-nawal-el-saadawi-and-amina-wadud-a-survey-of-islamic-feminism-by/> Дата доступа 13.04.2018.

<sup>50</sup> Там же.

<sup>51</sup> Там же .

«Те, кто доверяют свои дела женщине, никогда не познают процветания».<sup>52</sup> Но ради справедливости стоит отметить, что есть довольно большое количество хадисов, которые призывают верующих хорошо относиться к своим жёнам, не бить их и не ущемлять их в чём-либо. «Сообщается, что Абу Хурайра, да будет доволен им Аллах, сказал: “Посланник Аллаха, да благословит его Аллах и приветствует, сказал: “О Аллах, поистине, я запрещаю ущемлять права двух слабых: сироты и женщины!”».<sup>53</sup>

Вышесказанное подводит нас к выводу о том, что вопрос ношения мусульманской одежды невозможно рассматривать в отрыве от Корана и хадисов. Ведь именно из этих двух источников соблюдающие мусульмане черпают знания о дозволенных и недозволенных действиях. Любой спор, любая дискуссия на эту тему неминуемо касаются этих двух источников. Поэтому ниже мы приведем по необходимости краткие<sup>54</sup> сведения о том, какого типа информацию может дать нам Коран и хадисы по данному вопросу

## 2.1.КОРАН И ХАДИСЫ О НОРМАХ ОДЕЖДЫ.

В мусульманском обществе представления людей о допустимой одежде, как правило, опирались и продолжают опираться на религиозную традицию. Так, в Коране и хадисах даётся представление о том, как должна выглядеть женщина. Но важно отметить, что это далеко не исчерпывающее представление, а лишь общие рекомендации.

Обратимся к рассмотрению цитат из Корана, наиболее ярко демонстрирующих требования к женской одежде:

*«О Пророк! Скажи твоим женам, твоим дочерям и женщинам верующих мужчин, чтобы они туго затягивали свои покрывала. Так их*

---

<sup>52</sup> Fatema Mernissi, Nawal El Saadawi, and Amina Wadud: A Survey of Islamic Feminism URL: <https://geostrategicandgeopoliticalstudiesinstitute.wordpress.com/2013/03/14/fatema-mernissi-nawal-el-saadawi-and-amina-wadud-a-survey-of-islamic-feminism-by/> – Дата доступа 13.04.2018.

<sup>53</sup> Хадисы о женщинах URL: <https://hadis.info/xadisy-o-zhenshhinax-xadisy-1-100/45498/> – Дата доступа 14.04.2018.

<sup>54</sup> В связи с многочисленностью и противоречивостью хадисов более полное изложение этого вопроса отняло бы чрезмерно много места.

*будут лучшие отличать [от других женщин] и не подвергнут оскорблениям. Аллах - прощающий, милосердный».*<sup>55</sup>

*«Скажи верующим женщинам, чтобы они опускали долу глаза и оберегали свое целомудрие. Пусть не выставляют напоказ своих прикрас, за исключением тех, которые видны; пусть они прикрывают [головными] покрывалами вырез на груди и не показывают своей красоты [мужчинам], кроме своих мужей <...> пусть они не выставляют свои ноги, чтобы стали видны скрываемые красоты».*<sup>56</sup>

На примерах этих цитат можно убедиться в том, что в Коране нет конкретного упоминания того, какой именно тип, цвет одежды желательно носить. И хотя в хадисах есть множество дополнительных указаний на то, что можно и что нельзя, полной ясности в этот вопрос они ни в коем случае не вносят. Необходимо отметить, что существует большое количество хадисов, посвящённых одежде, они могут составлять целые разделы в сборниках хадисов. В свою очередь главы об одежде делятся на подглавы, в которых могут рассматриваться отношение к роскоши: допустимо ли носить золото и шёлк, недопустимость накопления вещей и т.д. О недопустимости ношения шёлка приводится следующий хадис: «Посланник Аллаха, сказал: “не носите шелка, ибо тот, кто носит его в этом мире, не будет носить его в будущей жизни”».<sup>57</sup>

Кроме того, рассматривается предпочтение и порицание тех или иных цветов. Так в хадисах есть упоминание о том, что мужчине запрещено носить одежду жёлтого цвета: «Амр ибн ал-Ас передаёт: “Посланник Аллаха <...> видел меня одеждах, окрашенных в шафран [т.е. в жёлтый или оранжевый цвет], после чего он сказал, что это одежда, которую обычно носят

---

<sup>55</sup> Османов Н. О. Коран: Перевод с арабского и комментарии. – СПб., Диля. – 2011. – 33:59.

<sup>56</sup> Османов Н. О. Коран: Перевод с арабского и комментарии. – СПб., Диля. – 2011. – 24:31.

<sup>57</sup> Book Pertaining to Clothes and Decoration [URL:http://www.iium.edu.my/deed/hadith/muslim/024\\_smt.html](http://www.iium.edu.my/deed/hadith/muslim/024_smt.html) – Дата обращения 30.04.2018.



неверующие, так что не носите её”».<sup>58</sup> И напротив, черный и белые цвета считаются желательными:

«Передается от Джабира <...>: “Я видел посланника Аллаха, да благословит его Аллах и приветствует, в день открытия Мекки в черной чалме”. Ибн ‘Аббас, да будет доволен им Аллах, передал, что пророк, да благословит его Аллах и приветствует, сказал: “Надевайте белые одежды. Воистину, они – лучшие из одежд”».<sup>59</sup>

Так же есть хадисы, где говорится о том, как нужно покрываться женщинам: «‘Аиша говорила: “Когда Аллах ниспослал слова «и пусть прикрывают своими покрывалами вырез на груди», они оторвали края своих изаров и покрылись ими (т.е. покрыли ими свои лица)”».<sup>60</sup>

Несмотря на то, что нет точного описания того, какую одежду нужно носить, всё же путем консенсуса установлены определённые правила, соблюдаемые мусульманами в одежде.

Самое важное правило: необходимо соблюдать *аурат*, т.е. закрывать определённые части тела одеждой. Для женщин ауратом считается всё тело, кроме кистей и лица. Кроме того, «мужские» предметы гардероба, например, брюки, должны быть скроены так, чтобы они не походили на мужские. Помимо этих пунктов существует ещё несколько, среди которых указание на то, что одежда не должна выделять из толпы, т.е. быть приглушённых тонов и простого покроя. Эти требования опираются на указание «Постоянного комитета по фетвам»: «Женщине не разрешается выходить в разукрашенной одежде, привлекающей внимание (окружающих), ибо подобное является искушением для мужчин, отвращает их от религии и подвергает оскорблению честь женщины».<...> Ей разрешается надевать одежду любого цвета, которая покрывает аурат женщины и не уподобляется одеянию

---

<sup>58</sup> Там же.

<sup>59</sup> Хадисы об одежде [URL:https://fatwaonline.net/?view=question&id=2943](https://fatwaonline.net/?view=question&id=2943) Дата обращения 14.04.2018.

<sup>60</sup> Хадисы об одежде [URL:http://alfurkan.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=882:ayaty-i-xadisy-onxidzhabe&catid=20:hidjab&Itemid=50](http://alfurkan.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=882:ayaty-i-xadisy-onxidzhabe&catid=20:hidjab&Itemid=50) Дата обращения 14.04.2018.

мужчин, которая к тому же не является узкой, дабы очерчивались формы её тела, и прозрачной, чтобы просвечивалось то, что находится под ней»<sup>61</sup>

Вероятно, именно по этой причине «некоторые мусульмане рекомендуют мусульманским женщинам Великобритании избегать слишком экзотических видов мусульманской одежды»<sup>62</sup>, напротив, советуют выбирать одежду западного типа, но приспособленную к исламским требованиям, например, свободные длинные рубашки-туники, широкие брюки, длинная юбка прямого покроя и т.д. Что, на наш взгляд, даёт определённый толчок к развитию исламской моды.

Также необходимо отметить, что свод правил относительно одежды есть и для мужчин. Так, мужчины тоже должны соблюдать аурат, но для них ауратом считается тело от пупка до колен. Кроме того, ткань одежды должна быть из допустимого материала: нельзя носить шёлк (хадис об этом приведён выше), а также не допускается ношение одежды, содержащей золото или золотые украшения: «Передают со слов Абу Мусы, что Посланник <...> сказал: “Золото и шелк разрешены женщинам из моей общины и запрещены мужчинам”».<sup>63</sup> Также, как и женщинам, рекомендуется носить простую одежду, которая не привлекает много внимания. И хотя традиционно внимание общества в большей степени сосредотачивалось на одежде женщин, эта тенденция тоже меняется, поскольку индустрия моды всячески стремится расширить число мужчин-потребителей, и индустрия мусульманской моды не обещает стать исключением.

Подводя итог этому небольшому экскурсу, можно заметить, что нечеткая формулировка запретов и рекомендаций, делающая ислам религией, относительно легко приспособляемой к разным условиям жизни, в то же время мешает поставить точку в данном интересующем нас вопросе.

---

<sup>61</sup> Хадисы об одежде URL: <https://fatwaonline.net/?view=question&id=39570> Дата обращения 14.04.2018.

<sup>62</sup> Тарасенко О. В. Хиджаб в исламской религии // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2010. – №. 581. – С.218.

<sup>63</sup> Хадис 516. Разные мнения относительно ношения золотых украшений и шелковых одежд URL: <https://e-minbar.com/bulugh-al-maram/book-02/chapter-17/raznye-mneniya-otnositelno-nosheniya-zolotykh-ukrashenij-i-shelkovykh-odezhd> Дата обращения 03.05.2018.

Очевидно, что внутри каждого поколения мусульман подходы к этой проблеме могут и будут различаться.

Кроме того, необходимо отметить, что требования к одежде мусульман, в частности ношение хиджаба женщинами, могут порождать множество поводов для обсуждения в обществе.

## 2.2. ХИДЖАБ КАК ИСТОЧНИК ОБЩЕСТВЕННОГО ДИСКУРСА.

Скромность женщины – один из важных принципов ислама и эта скромность, прежде всего, выражается в покрытости женщины.

Многие европейские борцы за права женщин, начиная с XX в., ставят знак равенства между покрытой и угнетённой женщиной. Хоружая С.В. и Турк С.В. в статье «История феминистского движения в Египте» отмечают, что с точки зрения европейцев «хиджаб – символ угнетения и самый наглядный маркер деградации и общей отсталости исламского общества».<sup>64</sup>

Конечно, некоторые женщины вынуждены носить хиджаб из-за давления со стороны семьи, но некоторые делают это абсолютно добровольно. Можно сказать, что в современном мире для мусульманок решение надеть хиджаб является определенным доказательством самостоятельности и верности принципам религии. «Хиджаб – нечто гораздо большее»<sup>65</sup>, чем просто одежда. Существует такое понятие как «внутренний хиджаб». Под ним подразумевается совокупность норм и правил поведения, определённый самоконтроль, который в том числе выражается и в одежде.

Разумеется, прежде всего хиджаб – это четкое обозначение того, к какой религии принадлежит женщина, но помимо этого он так же может служить и политическим, и даже феминистским инструментом. Хиджаб может выступать против культуры насилия и объективации женского тела. В современном мире, где женское тело излишне сексуализируется, желание скрыть тело от посторонних людей кажется вполне логичным и

---

<sup>64</sup> Хоружая С. В., Турк С. Н. История феминистского движения в Египте: генезис и современные тенденции // Научный журнал КубГАУ – 2017. – №. 128. – С.5.

<sup>65</sup> Бочарова И. А. Хиджаб как особенность мусульманской одежды // Исламоведение. – 2010. – №. 2. – С.218.

закономерным. Поэтому исламские женщины, живущие в западных странах, могут надевать хиджаб в знак протеста против такой культуры, чтобы их «женственность была недоступна для общественного потребления».<sup>66</sup>

Тема ношения хиджаба — одна из наиболее острых в публичном дискурсе, как в европейских странах, так и в России. Можно без труда вспомнить случаи, когда девочкам не разрешали ходить в школу в хиджабе или на законодательном уровне запрещали ношение хиджаба.

Так, в 2012 г. в Ставрополе разгорелся скандал из-за того, что учениц не пускали в школу в хиджабах. «Учителя говорят, что в светском учебном заведении такая форма одежды является нарушением правил».<sup>67</sup> А в 2017 г. похожий случай произошёл в Мордовии. Тут администрация одной из школ запретила приходить на уроки в хиджабах и ученицам, и учительницам. «В школе была создана комиссия, которая следит за тем, как одеваются преподавательницы».<sup>68</sup> Это происшествие не обошлось без внимания президента Чеченской Республики Рамзана Кадырова. Он раскритиковал главу Министерства образования и науки Ольгу Васильеву, которая поддержала запрет на ношение хиджаба, и отметил, что «платок — не атрибутка, а важная часть одежды мусульманки».<sup>69</sup>

Мы видим, что эта тема многогранна и актуальна, и именно поэтому она нуждается в более глубоком осмыслении. Для полноценного понимания нынешнего состояния дискурса следует сначала изложить историю вопроса.

---

<sup>66</sup>The hijab has liberated me from society's expectations of women

URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/may/28/hijab-society-women-religious-political> – Дата обращения 12.03.2018.

<sup>67</sup>Ставропольский скандал вокруг хиджабов набирает обороты. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=973000&tid=100234> – Дата обращения 12.03.2018.

<sup>68</sup> URL: <https://www.gazeta.ru/social/2017/01/20/10484681.shtml#page2> Дата обращения 12.03.2018.

<sup>69</sup> Кадыров вступился за хиджабы URL: <https://www.gazeta.ru/social/2017/01/26/10493369.shtml#page1> Дата обращения 12.03.2018.

### 3. МУСУЛЬМАНСКАЯ СКРОМНАЯ МОДА

В связи с тем, что мусульманкам, живущим в западных странах советуется выбирать одежду похожую на западную, но соответствующую требованиям религии, а это в свою очередь даёт импульс для развития именно мусульманской, скромной моды, на наш взгляд, стоит подробнее остановиться на самом термине «скромная мода», на том, как категория «халал» проявляется в моде, а также на феномене исламизации моды европейских стран. «Почему феномен? Потому что, как известно, мода — это априори светское явление. То есть в проникнутой религиозностью исламской культуре мода, предполагающая десекуляризацию общества, его демократизацию, свободу циркулирования идей и плюрализм мнений, существовать не может <...> Однако, как показывает практика XXI века, ситуация меняется».<sup>70</sup>

Считаем необходимым сперва дать общее определение термина «халал», чтобы далее применить его к феномену моды. Итак, согласно исламскому энциклопедическому словарю, «халал - в исламском праве разрешенные вещи и деяния».<sup>71</sup> Исходя из этого определения, можно понять, что халал в моде диктует некоторые правила, чтобы одежда соответствовала этой категории: вещи должны соответствовать требованиям религии (соблюдение аурата, соответствие одежды полу человека); должны быть сделаны из допустимого материала и простого кроя, а также одежда не должна быть похожа на одежду представителей других религий. Кроме того, стоит сказать, что термин «халал» может применяться к любому продукту или услуге, которые не нарушают нормы ислама, например, так, он может применяться к еде, туризму и одежде. Основные коннотации халал для

---

<sup>70</sup>Религия и мода: зачем дизайнеры выпускают коллекции для мусульманок? URL: <https://bazaar.ru/fashion/geroi/religiya-i-moda-zachem-dizaynery-vypuskayut-kollektsii-dlya-musulmanok/> дата обращения 2.05.2018.

<sup>71</sup>Али-заде А. А. Исламский энциклопедический словарь. – М., Ансар. – 2007. – С. 779.

современных мусульман это не просто дозволенное Кораном и хадисами (и улемами), а в более общем смысле верное, полезное, экологичное.

Можно заметить, что в таком значении указанной категории, феномен быстрой моды, а следовательно и участие в ней не может относиться к халалу. Т.к. производство одежды – крайне неэкологичный процесс: «объем выбросов CO<sub>2</sub> текстильной промышленностью ежегодно составляет более миллиарда тонн - это больше, чем от всех международных авиаперелетов и судоходства. Сюда же необходимо добавить загрязнение мирового океана микропластиком из текстильных волокон».<sup>72</sup> Также частая смена одежды, обусловленная плохим качеством вещей и их быстрым износом, может считаться подвидом роскоши, т.к. мы покупаем больше одежды, чем на самом деле требуется.

Также важно отметить, что существует определённое различие между понятием «исламская/мусульманская мода» и «скромная мода».

Так, исламская мода однозначно связана с нормами религии. Как уже было описано выше к одежде мусульман предъявляется ряд требований. Как раз эти требования и удовлетворяет исламская мода.

Скромная мода же не так сильно связана с нормами религии, она скорее пропагандирует более длинные рукава и подолы; по существу, такая одежда покрывает только то, что человек хочет покрыть – выбор остается за ним. Можно сказать, что скромная мода субъективна и не обязательно включает хиджаб. Но если мы говорим о скромной моде мусульманок, то покрытие головы является обязательным условием, однако, это может быть не только тот хиджаб, который оставил бы открытым только лицо, а например тюрбан (см. приложение №14).

Для полного понимания того, как развивалась мусульманская мода, необходимо дать краткий исторический экскурс. Скромная мусульманская мода стала особо популярна в течение последнего десятилетия, но её

---

<sup>72</sup> Чем быстрая мода опасна для окружающей среды URL: <http://www.dw.com/ru/чем-быстрая-мода-опасна-для-окружающей-среды/a-43424648> Дата обращения 18.04.2018.

становление, как самостоятельного феномена, прошло довольно долгий путь. Сейчас она может трактоваться довольно широко и охватывать целый спектр различного рода мероприятий от показов мод и конкурсов дизайнеров до интернет-магазинов и уличной одежды.

В нач. XX в. в мусульманском мире произошло распространение европейского стиля в одежде, зачастую таким образом высшие и средние слои населения выражали своё стремление к современности. В то же время для довольно большого количества людей ислам со всеми его ценностями стал лишь частью культурного наследия.

Однако в 1970-е гг. произошёл поворотный момент: началось движение исламского возрождения. «На индивидуальном уровне религиозная практика, ценности и идентификация стали укрепляться, о чем свидетельствует рост количества женщин, надевших хиджаб, во всем мусульманском мире».<sup>73</sup> Молодые, хорошо образованные городские женщины стали предпочитать мусульманские платья западному стилю одежды. В целом, в обществе увеличилось количество людей, для которых религиозные ценности встали на первое место.

Можно сказать, что выбор именно мусульманской одежды во многом был жестом несогласия, ответом на «усиление секуляризации повседневной жизни».<sup>74</sup> Вероятнее всего, многие из тех, кто был вовлечен в это движение, хотели бы, чтобы возрождение религиозных ценностей положило конец социальной дифференциации, которую подчеркивала и закрепляла мода.

В романе современного египетского писателя Аля ал-Асуани «Дом Якобяна», имевшем большой успех у публики именно потому, что он правдиво отражает целый ряд проблем современного общества, был один любопытный эпизод. Владелец известной сети магазинов и конкурент одного из центральных героев в самом начале своего пути приобрёл известность

---

<sup>73</sup> Надирова Г.Е. Движение исламского возрождения в XX-XXI веке: политические и экономические аспекты. // Вестник КазНУ. – 2012. – №2 (59). – С.75.

<sup>74</sup> Moors A. et al. 'Islamic Fashion in Europe: religious conviction, aesthetic style, and creative consumption. – London., Bloomsbury Academic. – 2010. – С. 177.

следующим способом: он организовал очень широкую и навязчивую рекламную кампанию, в которой обещал подарить женщинам скромную одежду и хиджабы из своего магазина, но взамен, в качестве доказательства своих серьёзных намерений и в знак отказа от прошлых неправильных привычек, женщины должны были отдать ему свою старую одежду.<sup>75</sup>

Общий контекст романа позволяет сделать уверенный вывод: с точки зрения автора, владелец магазина просто придумал хитрый способ заработать, эксплуатируя существующую тенденцию. Его очевидным образом заботила прежде всего собственная прибыль, а не судьба женщин, которых он пытался завлечь в свой магазин и сделать постоянными клиентками. И хотя роман далек от рассматриваемого нами вопроса, стоит отметить некоторый скепсис образованной публики относительно истинных намерений и реальных задач людей, которые в современном мире всячески рекламируют скромную одежду. Как мы увидим, он высказывается не только светскими людьми на Востоке, но и на Западе, и оснований для такого скепсиса предостаточно.

Вышесказанное во многом объясняет, что трансформация простого и строгого кроя мусульманского платья в то же мусульманское платье, но модное, не могла занять много времени. Так, уже в конце 80-х – нач. 90-х гг. движение исламского возрождения стало более разнородным, менее радикальным, начались преобразования «из движения, которое помимо прочего пропагандировало антипотребительство, в более индивидуализированную, реформаторскую тенденцию, одной из отличительных черт которой был возросший интерес к культуре потребления».<sup>76</sup>

Развитие такой исламской потребительской культуры привело к ещё большей неоднородности в мусульманском стиле одежды и к росту модного сознания. И в результате появился новый мировой рынок исламской моды. В

---

<sup>75</sup> Ал-Асуани А. Дом Якобяна. – М., Центр гуманитарного сотрудничества. – 2008. – С 84-87

<sup>76</sup> Moors A. et al. 'Islamic Fashion in Europe: religious conviction, aesthetic style, and creative consumption. – London., Bloomsbury Academic. – 2010. – С. 177.



начале 1970-х годов ниша исламских дизайнеров пустовала: женщины, желающие носить скромные платья, отвечающие всем нормам и требованиям ислама, должны были шить такую одежду на заказ. Но это продлилось недолго: вскоре появилось множество производителей мусульманской одежды.

К началу 90-х гг. эта область уже была заполнена настолько, что появился смысл в организации исламских модных показов. Турция стала одной из первых стран-законодательниц моды в этой области. Если первые исламские показы мод были чем-то странным и шокирующим, то в сейчас они стали настоящим трендом и проводятся в разных странах: ОАЭ (Dubai Modest Fashion Week (Неделя скромной моды в Дубае)), Великобритания (London Modest Fashion Week (Неделя скромной моды в Лондоне)), США (Неделя скромной моды проходит в Нью-Йорке). В России тоже проходят недели моды, они организуются в Казани и Грозном. Этот сектор исламской экономики продолжает развиваться довольно быстрыми темпами. «Потребительские расходы мусульман на одежду достигли \$243 млрд в 2015 году, \$44 млрд из которых были потрачены на одежду, относящуюся к категории “халал”, что составляет около 11% расходов мирового рынка. Расходы на скромную мусульманскую моду, по прогнозам, достигнут 368 миллиардов долларов к 2021 году».<sup>77</sup> Стоит отметить, что наблюдается устойчивая динамика в этом секторе исламской экономики: в 2014 г. продажи достигли \$230 млрд, в 2015 - \$243 млрд<sup>78</sup>, в 2016 – \$278 млрд.<sup>79</sup> Как уже было отмечено, ожидается, что расходы мусульман на одежду достигнут \$368 млрд в 2021 году, что «составит рост на 7,2% по сравнению с 2015 г.»<sup>80</sup> О важности и популярности данного направления всерьёз заговорили совсем недавно, только в 2015 г. на Форуме скромной моды. На нём было

---

<sup>77</sup>Halal Fashion Shows Signs of Growth and Market-Leading Innovation URL: <https://halalfocus.net/gies-halal-fashion-shows-signs-of-growth-and-market-leading-innovation/> дата обращения 24.01.2018.

<sup>78</sup> State Of The Global Islamic Economy Report. – Toronto., Thomson Reuters. – 2017. – P. 105

<sup>79</sup>Halal Fashion Shows Signs of Growth and Market-Leading Innovation URL: <https://halalfocus.net/gies-halal-fashion-shows-signs-of-growth-and-market-leading-innovation/> дата обращения 24.01.2018.

<sup>80</sup>Там же.

подчёркнуто, что это направление моды «становится не только важным элементом мировой исламской экономики, но и звеном мировой экономической системы».<sup>81</sup>

Такой рост обусловлен возрастающей популярностью мусульманских дизайнеров, а также благодаря женщинам-мусульманкам, которые занимаются блогерством и популяризуют скромную моду. В качестве примера можно привести Далал ал-Дауб (Кувейт, 2,2 млн подписчиков в Instagram), Хебу Джаллул (США, 169 тыс. подписчиков в Instagram), Мелани Элтрук (США, 195 тыс. подписчиков в Instagram), Александру Головкову (Россия-Лондон, 493 тыс. подписчиков в Instagram), Амину Шабанову (Россия, 85 тыс. подписчиков в Instagram) и мн. др.

Такой спрос, естественно, означал, что на рынке моды появится всё больше и больше игроков, которые придут в эту сферу с собственными линиями хиджабов, абай и прочих скромных предметов одежды и аксессуаров. Именно это мы сейчас и можем наблюдать. Основной пик, когда многие бренды, как класса люкс, так и масс-маркет, показали скромные линии одежды, пришелся на 2015-2016 гг.

Как правило, крупные бренды, модные дома выпускают такие специальные мусульманские коллекции, ориентированные на состоятельных людей, а не на обычных мусульманок, о чём красноречиво говорит цена. Но также стоит признать, что как в Европе, так и в России есть бренды, направленные на разные слои населения.

В России, особенно в последние несколько лет, появилось множество брендов, целевой аудиторией которых являются мусульманки. Среди них можно выделить следующие:

- YAND. Основательница бренда Сета Яндиева отмечает, что скромные платья можно купить и в мечети, в специализированных халальных магазинах, но обычно вид таких

---

<sup>81</sup>Исламская мода завоёвывает подиумы во всём мире URL: [https://www.gazeta.ru/lifestyle/style/2017/03/a\\_10599239.shtml#page2](https://www.gazeta.ru/lifestyle/style/2017/03/a_10599239.shtml#page2) Дата обращения 19.03.2018

платьев оставляет желать лучшего. Этот момент и подтолкнул её и производству мусульманских платьев. Средняя стоимость платья в магазине составляет 55 тыс. рублей, такая стоимость обусловлена тканями (как правило, шёлк) и ручным изготовлением. На сайте указано, что 3% от стоимости вещи идёт на благотворительность;<sup>82</sup>

- HAYAT Design Studio – довольно большой интернет-магазин, в котором помимо платьев представлено множество другой скромной одежды: туники, юбки, брюки и даже буркини. У этого магазина цены более демократичны: средняя стоимость вещи около 3 тыс. рублей. Помимо интернет-магазина, есть также физические магазины в 7 городах России;
- Bella Kareema – один из наиболее известных магазинов мусульманской одежды, в котором представлена разнообразная женская одежда, от платьев до верхней одежды. Средняя стоимость вещи в этом магазине составляет 7 тыс. рублей;
- Espada Azami – один из немногих брендов, производящих мужскую одежду. Основатель Юрий Пасюков-Сайфулла отмечает, что в России довольно сложно найти соответствующую правилам мужскую мусульманскую одежду.<sup>83</sup> Средняя стоимость – 3 тыс. рублей.

Как правило, основатели специализированных мусульманских брендов сами столкнулись с проблемой подбора одежды и поэтому приняли решение производить скромную одежду, которая бы соответствовала требованиям религии. Также они отмечают, что их одежду могут носить представители любой религии, т.к. бывает, что женщины не находят в обычных магазинах

---

<sup>82</sup>URL: <http://yand.world/about> Дата обращения 10.04.2018.

<sup>83</sup>Тренды: дизайнеры мусульманской одежды URL: <http://www.sobaka.ru/fashion/stuff/40135> Дата обращения 10.04.2018.

подходящую одежду из-за того, что она часто бывает с приставкой «слишком»: яркая, блестящая, прозрачная, обтягивающая и т.д. Кроме того, подчеркивается, что в основе деятельности лежит значимый посыл обществу, а не коммерческий интерес. Основательница бренда YAND отмечает, что «через своё творчество мы хотим показать красоту нашей религии! И также мы хотим подать пример своим братьям по вере, чтобы и они, посредством своих профессий, показывали обществу как красива и светла наша религия на самом деле! Что она несёт добро и любовь».<sup>84</sup>

В последние годы появилось множество женских журналов для мусульманок, транслирующих модные стандарты, освещающие различные модные события. Вот только некоторые из них: Vogue Arabia, Hijabi Mag, Gaya Magazine.

Кроме модных журналов трансляцией модных стандартов и ценностей занимаются блогеры. Молодые девушки с помощью своих страниц в Instagram или на основе других площадок показывают своей аудитории, что модно, а что уже вышло из моды, дают разного рода советы. Стоит также отметить, что в последние годы появилось довольно большое количество блогеров-мусульманок (лишь некоторые из них упомянуты выше).

Популярность блогов можно объяснить более гибким форматом, чем у прочих медиа, например, журналов. Кроме того, «основной характеристикой является создание постоянного диалога между автором и потенциальными читателями, иными словами, аудитория выступает <...> активным участником, реагирующим и влияющим на процесс генерирования контента».<sup>85</sup> Многие бренды и компании покупают у блогеров рекламу, предоставляют свою продукцию, тем самым они ориентируются на своих же потребителей. Как, правило, скромную мусульманскую моду представляют так называемые мусульманские футуристы (muslim futurists), к которым как раз можно отнести блогеров. Они молоды (не старше 30 лет), верят, что

---

<sup>84</sup> <http://yand.world/about/mission> Дата обращения 10.04.2018.

<sup>85</sup> Ечевская О. Г., Янке Е. Д. Фэшн-блогеры: новые агенты в индустрии моды // Мир экономики и управления. – 2014. – Т. 14. – №. 2. – С. 186.

ислам может быть гибким, что в свою очередь помогает человеку найти здоровый баланс между верой и общественными отношениями. А кроме того, мусульманские футуристы – идеальная целевая аудитория для различных брендов, направленных именно на мусульман и подчеркивающих халяльность своей продукции. Они ищут бренды, для которых были бы важны те же самые ценности, что и для них, которые понимали бы, что ислам, как бы гибким его не сделать, влияет почти на каждую жизненную сферу. На их поиски откликнулись многие дома моды, выпустив специальные капсульные коллекции.

### 3.1.СКРОМНАЯ ОДЕЖДА ДЛЯ МУСУЛЬМАНОК В КОЛЛЕКЦИЯХ МОДНЫХ ДОМОВ

Уже можно привести достаточно много примеров модных домов с мировым именем, которые стали делать специальные коллекции для мусульманок.

Первым модным домом, который в 2014 г. выпустил коллекцию для мусульманок, приуроченную к Рамадану был DKNY. Она была разработана модельером Тамарой аль-Габбани и стилистом Ялдой Гольшарифи.

Как и все последующие, коллекция DKNY была доступна только в магазинах на Ближнем Востоке. Она включала в себя длинные, струящиеся платья, юбки и комбинезоны, рубашки с длинными рукавами, лёгкие плащи. В результате получились наряды, которые выглядят свежо и элегантно и в то же время вдохновляюще для мусульманских женщин, ищущих способы быть стильными и соответствовать нормам религии. Ни одно платье не обтягивает фигуру, напротив, они красиво струятся, скрадывая силуэт.

Не обошлось и без скандала: DKNY взяли цитату из хадиса: «Рамадан – это месяц, начало которого – милость, середина – прощение, а конец – освобождение от Огня», отредактировали, заменив последнюю часть на «конец – это свобода» и не приписали эти слова пророку. (см. приложение №15) Несмотря на это, многим мусульманкам понравилось оформление

сайта с коллекцией, где было мини-интервью с дизайнерами о том, что для них значит Рамадан и что больше всего нравится в нём. На наш взгляд, это был прекрасный способ привлечь внимание к исламским традициям и показать, что мусульманские женщины также могут быть активно вовлечены в социальную жизнь.

В 2016 г. Dolce&Gabbana выпустил коллекцию *хиджабов* и *абай* (см. приложение №16-18). При пошиве использовались шелк, кружево, атлас, на многих абаях характерные для D&G принты: крупные цветы.

Стоит отметить, что цена на одну брендовую абая достигала, по неофициальным данным 7000\$.<sup>86</sup> Дизайнеры, а точнее коммерческие директора модных домов догадались, что скорее всего женщинам не хотелось бы скрывать дизайнерскую одежду под обычной абайей и поэтому нужно создать сами абайи, так как тот факт, что «продажи предметов роскоши на Ближнем Востоке достигли \$8,7 млрд в прошлом [2012] году, а по всему миру мусульмане потратили \$266 млрд на предметы роскоши в 2013 году»<sup>87</sup> объясняет, что именно скорее всего мотивирует бренды делать специальные коллекции. Так, если мы сравним эти капсульные дизайнерские коллекции с более демократичными, где цена платья не будет превышать 2-5 тыс. рублей или 30-80 долларов, то становится понятно, что такие дизайнерские коллекции скорее всего являются своего рода «заигрыванием» с состоятельными клиентками Ближнего Востока ради коммерческой выгоды.

Реакция на коллекцию D&G была очень разной. Во многих социальных сетях было хорошо видно, как люди разделились на два лагеря: одни говорили о том, что это культурный прорыв, который, вероятно, снизит уровень дискриминации и нетерпимости по отношению к мусульманским женщинам; отмечали, что дизайнеры сделали очевидным тот факт, что

---

<sup>86</sup> Dolce & Gabbana launches line of hijabs URL: <https://nypost.com/2016/01/05/dolce-gabbana-launches-line-of-hijabs/> Дата обращения 26.02.2018.

<sup>87</sup> D&G's hijab range is aimed at people like me – so why do I feel excluded? URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/jan/11/dolce-gabbana-hijab-collection-muslim-women-western-fashion> Дата обращения 28.01.2018.

скромная одежда может быть красивой, хотя D&G не были первым модным домом, которые создали коллекцию к Рамадану. Другие же отмечали, что это всё не ново, возникал вопрос почему D&G ограничил свою линию лишь платьями и платками. Более революционным было бы расширение вариантов одежды, которую можно классифицировать, как скромную (халалную).

Дизайнер и блогер Дина Торкия писала в своём блоге об этой коллекции следующее: «Я чувствую, будто должна быть счастлива, даже в восторге <...> но я не могу не чувствовать себя неудовлетворённо. Я мечтала о том дне, когда мировые дизайнеры обратят своё внимание на нас, девушек, носящих хиджаб и наконец «угодят» и нам. Но моя мечта не осуществилась. Я, как и большинство мусульманских девушек, увидела то, с чем росла и что слишком хорошо знакомо: традиционные расшитые абайи и соответствующие платки. <...> Таким образом D&G с одной стороны признали нас, а с другой, исключили из сообщества высокой моды».<sup>88</sup> И действительно, если убрать всю рекламную кампанию и пафос, то останутся просто абайи, бесспорно красивые, но мусульманки, которые, как правило, с детства видят подобное в своём окружении и не могут, и не хотят воспринимать их. Гораздо интереснее наблюдать за коллекциями, которые выпускают непосредственно дизайнеры-мусульмане и представляют их на неделях моды скромной одежды. Там действительно может увидеть разнообразные интересные сочетания одежды, без традиционных абайи (см. приложение №19-21). Алия Хан, директор Исламского Совета Моды и Дизайна, который был основан в 2016 г., Нью-Йорке, отмечает, что бренды не проявили должного усердия, чтобы наладить обратную связь и узнать, чего именно хотят мусульманки, вместо этого они воспользовались образом, который имеет очень мало общего с действительностью.<sup>89</sup>

---

<sup>88</sup> Dina Torkia's blog URL: <http://www.dinatorkia.co.uk/style/designer-abbayas-whats-new/> Дата обращения 8.02.2018.

<sup>89</sup> Muslim Fashion Is A \$254 Billion Market—But Big Brands Can't Crack It URL: <https://www.fastcompany.com/40559445/these-startups-nailed-muslim-fashion-burberry-and-dkny-did-not> Дата обращения 21.04.2018.

Помимо этого, многие были недовольны неарабской внешностью моделей. В этом вопросе важно учитывать, что коллекция вышла в 2016 г., когда бренды ещё не вовлекались в разнообразные скандалы, связанные с внешностью моделей, их параметрами и прочим так часто, как это происходит сегодня. Возможно, если D&G будут выпускать коллекцию, приуроченную к Рамадану в 2018 или последующих годах, то моделями будут девушки, носящие хиджаб и имеющие этническую внешность, например, самая популярная на сегодняшний день Халима Аден (одна из первых, моделей появившихся на подиуме в хиджабе), Амена Кхан, Мария Идрисси и др.

Стоит отметить, что D&G выпустил коллекции для мусульманок одним из последних. Первыми были DKNY, Tommy Hilfiger and Oscar de la Renta, Monique Lhuillier.

Не обошлось без вопроса о том, насколько правильно поступает модный дом и не циничный ли это шаг, использовать месяц Рамадан, зная, что коллекция хорошо распродается? На этот вопрос в своей статье ответила журналистка Бина Шах. Она рассказала о том, что в Пакистане есть бренд Junaid Jamshed, который активно использует цитаты из Корана и мусульманскую терминологию, чтобы мотивировать людей покупать одежду. Кроме того, это не ограничивается продажей только одежды, всё продается под знаком религии, можно сказать, что религия является определённым знаком качества.<sup>90</sup> И ситуация с DKNY, и ситуация приведённая журналисткой могут служить отличными иллюстрациями для понятия «религиозный маркетинг».

Многие блогеры-мусульманки, общественные деятельницы задаются вопросами: будут ли бренды делать коллекции постоянными или они так и останутся капсульными, выпускаемыми только перед Рамаданом и будут ли

---

<sup>90</sup> DKNY's Ramadan collection shows that Muslim dress means more than the burqa URL: <http://www.independent.co.uk/voices/comment/dknys-ramadan-collection-shows-that-muslim-dress-means-more-than-the-burqa-9579469.html> дата обращения 04.02.2018



эти вещи продаваться где-либо, кроме стран Залива, важно отметить, что коллекции были доступны только в физических магазинах. Также большинство девушек были недовольны тем, что коллекции к Рамадану выходили не вовремя (коллекция становилась доступна либо за неделю, либо день в день), а также тем, что, как правило, эти коллекции были доступны только в странах Залива, что уже было отмечено выше.

Путём выпуска коллекции, не приуроченной к Рамадану, пошёл бренд Uniqlo: в 2017 г. вышла коллаборация с Ханой Таджимой. Дизайнер создала свободные блузки, юбки и платья, кроме того, в коллекции есть традиционные хиджабы и абай. Сам бренд характеризует эту коллекцию, как коллекцию особой скромной одежды, не упоминая Рамадан или ислам в целом.

Поощрение и критика в сторону этих специальных коллекций для мусульманок исходят не только от самих мусульман. Так, Пьер Берже, один из основателей дома Yves Saint Laurent, выступил против дизайнеров, создающих линии для мусульманок. В интервью для радиостанции Europe 1 он сказал: «Дизайнеры не должны иметь ничего общего с исламской модой. Дизайнеры хотят сделать женщин красивее, дать им свободу, а не сотрудничать с диктатурой, которая навязывает эту отвратительную вещь, с помощью которой мы прячем женщин и заставляем их жить скрытой жизнью. Откажитесь от денег и имейте некоторые принципы».<sup>91</sup> Это заявление прокомментировала Лоранс Россиньоль, министр по делам семей, детства и прав женщин (февраль 2016-май 2017). Она поддержала Пьера Берже, также раскритиковав действия брендов. Л. Россиньоль отметила, что «на карту поставлен социальный контроль над женскими телами и когда бренды инвестируют в мусульманский рынок одежды они этим содействуют

---

<sup>91</sup>YSL Partner Slams Designers Who Cater to Muslim Women as 'Enslavement' URL: <https://jezebel.com/ysl-partner-slams-designers-who-cater-to-muslim-women-a-1767981402> дата обращения 4.02.2018

тому, чтобы женщины были закрыты. Это безответственно с их стороны и все, кто участвует в этом несут ответственность».<sup>92</sup>

Как уже отмечалось выше, часто в европейском дискурсе покрытая мусульманка приравнивается к некоему угнетённому, бесправному существу, которое необходимо спасти и научить другой, «правильной» жизни. Но необходимо подчеркнуть, что большинство мусульманских женщин никак не назовёшь угнетёнными или бесправными: они работают, ведут активную социальную жизнь и т.п. Кроме того, многие женщины самостоятельно приходят к осознанию необходимости покрытия, без давления со стороны. В любом случае, когда дело доходит до выбора одежды часто получается так, что имеющаяся одежда, представленная, например, в специализированных халалных магазинах, не слишком красива. В таком случае у женщин возникает дилемма: как одеться так, чтобы было и достойно, и красиво одновременно, и здесь как раз на помощь приходят перечисленные выше модные дома, которые с разной степенью успешности решают указанную дилемму.

Важно сказать, что приход гигантов мировой моды на мусульманский рынок заставляет многих мусульманских дизайнеров высказывать вполне оправданное недовольство: «они так легко вальсируют на рынке, который мы с трудом создавали несколько десятилетий».<sup>93</sup> Подводя итог вышесказанному, создание подобных коллекций – не более, чем хороший ход в плане развития модного бизнеса и привлечения новых, платёжеспособных клиентов. Также стоит заметить, что мода зачастую черпала вдохновение из наиболее ярких социальных явлений и увидев, что так или иначе мода на скромность дошла до мировых подиумов, можно с

---

<sup>92</sup>**Pierre Bergé Slams Designer "Islamic Fashion"** URL: <http://www.vogue.co.uk/article/pierre-berge-comments-designer-religious-collections> дата обращения 16.04.2018

<sup>93</sup>**Luxury Muslim fashion is a hit** URL: <https://www.thenational.ae/opinion/luxury-muslim-fashion-is-a-hit-1.188469> Дата обращения: 30.04.2018.

уверенностью сказать, что теперь мусульманки будут долго задавать направление развития мировой моды.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, мы провели комплексное исследование скромной мусульманской моды, выявили присущие ей социальные функции, а также изучили историю её становления с 1970-х гг. до нашего времени.

Мы живем в век процесса глобализации и вследствие этого можем наблюдать неизбежную интеграцию культур и формирование новой, можно сказать, общей культуры, которая впитывает в себя особенности разных культурных традиций. Этот процесс коснулся и исламского общества: мусульмане интегрируются в европейскую среду, вместе с тем, они не отказываются от соблюдения различных аспектов религии, предписанных Кораном и хадисами.

Традиционная мусульманская одежда зачастую может восприниматься негативно в европейском обществе, по причине чего могут происходить социокультурные конфликты, лишь малая часть которых была отмечена в данной работе. В основе этих конфликтов лежит непонимание особенностей культуры, как со стороны европейцев относительно мусульманской культуры, так и наоборот. В качестве примера такого непонимания можно привести отношение к закрытости в европейском и мусульманском обществе.

Так, для мусульманок покрывать всё свое тело нормально и естественно, т.к. во-первых, таковы заветы религии, а во-вторых, тело – не товар, который необходимо выставить с самой выгодной стороны. К слову, такое отношение к телу начинает формироваться и в европейском обществе. Но всё же пока чаще можно встретить иное мнение, которое сводится к тому, что требования религии к покрытию женщины могут быть приравнены к религиозному насилию, которое вполне может трансформироваться в бытовое. И исходя из этого, мусульманок необходимо спасать и учить «правильной» жизни. Но как было отмечено в данной работе, на Востоке тоже не во все времена соглашались с идеей покрытия женщины. Так, первые мусульманские феминисты высказали новую для своего времени идею о том,

что закрытость мешает женщине освободиться и участвовать в жизни общества наравне с мужчинами.

На наш взгляд, на помощь в разрешении подобных конфликтов может прийти мода. Большинство мусульманских женщин не хотят нарушать требования религии, но в то же время они не хотят конфликтов и скандалов, и готовы выглядеть современно и даже следовать европейской моде, только с поправкой на религиозные аспекты. Поэтому, на сегодняшний день, мода может являться своеобразным проводником между двумя противоположными культурными традициями, и может сглаживать неминуемые острые углы, которые возникают вследствие социального взаимодействия представителей разных культурных традиций.

Кроме того, мода на закрытость, скромная мода, продвигаемая в рамках западных привычных способов формирования моды и с использованием западных идей – еще и способ по-настоящему интернационализировать закрытую мусульманскую одежду, устранив разницу между одеждой мусульманки и немусульманки за счет утраты национальных традиционных фасонов и цветов. Мода позволяет мусульманской женщине выглядеть современно, не нарушая религиозные предписания и в то же время не вызывая раздражения со стороны представителей иных культур. Также скромная мусульманская мода – это еще и способ решить классическую задачу: как одеться красиво, привлечь внимание и тем самым не перечеркнуть абсолютно все нормы религии (запрет на роскошь, на привлечение внимание внешним видом и т.д.), т.е. красиво, но в то же время пристойно.

По нашему мнению, европейские модные дома, создавшие коллекции специально для мусульманок в первую очередь преследовали коммерческие цели, а уже после заботу о женщинах. В ином случае, мир увидел бы что-то более оригинальное, чем традиционную одежду, привычную и надоевшую мусульманкам, но за несколько тысяч долларов. Чего не скажешь о более мелких производствах мусульманской одежды. Часто основателями таких

маленьких брендов, небольших компаний становятся мусульманки, которые сами испытали трудности с подбором одежды и хотели бы помочь другим избежать схожих проблем, но, естественно, что и в этой ситуации не обходится без коммерческой подоплёки. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что покрытость женщины или её стремление к этому очень на руку модному бизнесу.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.

1. Ал-Асуани А. Дом Якобяна. – М., Центр гуманитарного сотрудничества. – 2008.
2. Али-заде А. А. Исламский энциклопедический словарь. – М., Ансар. – 2007.
3. Бочарова И. А. Хиджаб как особенность мусульманской одежды // Исламоведение. – 2010. – №. 2. – С.218-229.
4. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. – М.: Книжный Дом "Университет", 2013.
5. Гурова О. Ю. Fast Fashion: быстро сшить, быстро продать, быстро выбросить. Концепция моды и потребление вещей в современном российском обществе // Экономическая социология. – 2008 – №. 5. – Т. 9. – С.58-77.
6. Гурова О. Ю. Социология моды: обзор классических концепций // Социологические исследования. – 2011. – №. 8. – С. 72-83.
7. Долинина А. А. Очерки истории арабской литературы нового времени: Египет и Сирия. Публицистика 1870-1914 гг. – М., Наука. – 1973
8. Ечевская О. Г., Янке Е. Д. Фэшн-блогеры: новые агенты в индустрии моды // Мир экономики и управления. – 2014. – Т. 14. – №. 2. – С. 186.
9. Зиммель Г. Мода//Избранное. – Т. 2. – Созерцание жизни. – М.: Юрист, 1996. – С. 266-287.
10. Зиммель Г. Психология моды // Научное обозрение. – 1901. – №. 5. – С. 44-65.
11. Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка. – СПб., Норинт. – 2004.
12. Надирова Г.Е. Движение исламского возрождения в XX-XXI веке: политические и экономические аспекты. // Вестник КазНУ. – 2012. – №2 (59). – С.74-85.

- 13.Османов Н. О. Коран: Перевод с арабского и комментарии. – СПб., Диля. – 2011.
- 14.Осипов Г. В. Социологический энциклопедический словарь: на русском, английском, немецком, французском и чешском языках. – М., Норма. – 1998.
- 15.Тарасенко О. В. Хиджаб в исламской религии // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2010. – №. 581. – С.218-229.
- 16.Турк С. Н. Движение за эмансипацию женщин в Египте (Начальный этап; вторая половина XIX–первая четверть XX в.): дис. на соискание науч. звания канд. ист. наук: спец. 07.00. 03 / Турк Светлана Нальбиевна. – Краснодар. – 2003. – С.27-41.
- 17.Хоружая С. В., Турк С. Н. История феминистского движения в Египте: генезис и современные тенденции // Научный журнал КубГАУ – 2017. – №. 128. – С. 3-20.
- 18.Ahmed L. Women and gender in Islam: Historical roots of a modern debate. – Yale., Yale University Press. – 1992.
- 19.Davis F. Clothing and fashion as communication //The psychology of fashion. – 1985. – С.20-41.
- 20.El Saadawi N. The hidden face of Eve: Women in the Arab world. – London., Zed Books. – 2007.
- 21.Goldschmidt A. Biographical Dictionary of Modern Egypt. – Boulder., Lynne Rienner Publishers.
- 22.Mokalled S. N. Faces of feminism in early twentieth century Egypt. – Clemson., Clemson University. – 2016. – P.49-60.
- 23.Moors A. et al. 'Islamic Fashion in Europe: religious conviction, aesthetic style, and creative consumption. – London., Bloomsbury Academic. – 2010.
- 24.State Of The Global Islamic Economy Report. – Toronto., Thomson Reuters. – 2017.



25. Voicu C.G. Nabawiya Musa's Autobiography: a Muslim in the Egyptian Memoirs – Iassy., Apollonia. – 2009.
26. Book Pertaining to Clothes and Decoration URL:  
[http://www.iium.edu.my/deed/hadith/muslim/024\\_smt.html](http://www.iium.edu.my/deed/hadith/muslim/024_smt.html) Дата обращения 30.04.2018.
27. D&G's hijab range is aimed at people like me – so why do I feel excluded? URL:  
<https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/jan/11/dolce-gabbana-hijab-collection-muslim-women-western-fashion> Дата обращения 28.01.2018.
28. Dina Torkia's blog URL: <http://www.dinatorkia.co.uk/style/designer-abbayas-whats-new/> Дата обращения 8.02.2018.
29. DKNY's Ramadan collection shows that Muslim dress means more than the burqa URL: <http://www.independent.co.uk/voices/comment/dknys-ramadan-collection-shows-that-muslim-dress-means-more-than-the-burqa-9579469.html>  
дата обращения 04.02.2018
30. Dolce & Gabbana launches line of hijabs URL:  
<https://nypost.com/2016/01/05/dolce-gabbana-launches-line-of-hijabs/> Дата обращения 26.02.2018.
31. Fatema Mernissi, Nawal El Saadawi, and Amina Wadud: A Survey of Islamic Feminism  
URL:<https://geostrategicandgeopoliticalstudiesinstitute.wordpress.com/2013/03/14/fatema-mernissi-nawal-el-saadawi-and-amina-wadud-a-survey-of-islamic-feminism-by/> Дата обращения 13.04.2018.
32. Halal Fashion Shows Signs of Growth and Market-Leading Innovation URL:  
<https://halalfocus.net/gies-halal-fashion-shows-signs-of-growth-and-market-leading-innovation/> дата обращения 24.01.2018.
33. Interview with Nawal el-Saadawi URL:  
<http://www.theglobaldispatches.com/articles/nawal-al-saadawi> Дата обращения 21.02.2018.

34. Luxury Muslim fashion is a hit URL:  
<https://www.thenational.ae/opinion/luxury-muslim-fashion-is-a-hit-1.188469>  
 Дата обращения: 30.04.2018.
35. Meet Egypt's most radical woman URL:  
<https://www.theguardian.com/world/2009/mar/06/egypt-gender>. Дата  
 обращения 2.03.18.
36. Muslim Fashion Is A \$254 Billion Market—But Big Brands Can't Crack It URL: <https://www.fastcompany.com/40559445/these-startups-nailed-muslim-fashion-burberry-and-dkny-did-not> Дата обращения 21.04.2018.
37. Pierre Bergé Slams Designer "Islamic Fashion URL:  
<http://www.vogue.co.uk/article/pierre-berge-comments-designer-religious-collections> дата обращения 16.04.2018
38. The hijab has liberated me from society's expectations of women URL:  
<https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/may/28/hijab-society-women-religious-political> Дата обращения 12.03.2018.
39. URL: <http://yand.world/about> Дата обращения 10.04.2018.
40. URL: <http://yand.world/about/mission> Дата обращения 10.04.2018.
41. YSL Partner Slams Designers Who Cater to Muslim Women as 'Enslavement' URL:  
<https://jezebel.com/ysl-partner-slams-designers-who-cater-to-muslim-women-a-1767981402> дата обращения 4.02.2018
42. Исламская мода завоёвывает подиумы во всём мире URL:  
[https://www.gazeta.ru/lifestyle/style/2017/03/a\\_10599239.shtml#page2](https://www.gazeta.ru/lifestyle/style/2017/03/a_10599239.shtml#page2) Дата  
 обращения 19.03.2018
43. Кадыров вступился за хиджабы URL:  
<https://www.gazeta.ru/social/2017/01/26/10493369.shtml#page1> Дата  
 обращения 12.03.2018.
44. Религия и мода: зачем дизайнеры выпускают коллекции для мусульманок? URL: <https://bazaar.ru/fashion/geroi/religiya-i-moda->

- [zachem-dizaynery-vypuskayut-kollektsii-dlya-musulmanok/](#) дата обращения 2.05.2018.
45. Россияне становятся жертвами быстрой моды URL: <http://style.rbc.ru/fashion/2006/09/26/19385.shtml> Дата обращения 20.04.2018.
46. Ставропольский скандал вокруг хиджабов набирает обороты URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=973000&tid=100234> Дата обращения 12.03.2018.
47. Ставропольский скандал вокруг хиджабов набирает обороты URL: <https://www.gazeta.ru/social/2017/01/20/10484681.shtml#page2> Дата обращения 12.03.2018.
48. Тренды: дизайнеры мусульманской одежды URL: <http://www.sobaka.ru/fashion/stuff/40135> Дата обращения 10.04.2018.
49. Хадис 516. Разные мнения относительно ношения золотых украшений и шелковых одежд URL: <https://e-minbar.com/bulugh-al-maram/book-02/chapter-17/raznye-mneniya-otnositelno-nosheniya-zolotyh-ukrashenij-i-shelkovyh-odezhd> Дата обращения 03.05.2018.
50. Хадисы о женщинах URL: <https://hadis.info/xadisy-o-zhenshhinax-xadisy-1-100/45498/> Дата обращения 14.04.2018.
51. Хадисы об одежде URL: <https://fatwaonline.net/?view=question&id=2943> Дата обращения 14.04.2018.
52. Хадисы об одежде URL: <https://fatwaonline.net/?view=question&id=39570> Дата обращения 14.04.2018.
53. Хадисы об одежде  
URL: [http://alfurkan.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=882:ayaty-i-xadisy-onxidzhabe&catid=20:hidjab&Itemid=50](http://alfurkan.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=882:ayaty-i-xadisy-onxidzhabe&catid=20:hidjab&Itemid=50) Дата обращения 14.04.2018.

54. Чем быстрая мода опасна для окружающей среды URL:  
<http://www.dw.com/ru/чем-быстрая-мода-опасна-для-окружающей-среды/a-43424648> Дата обращения 18.04.2018.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

### Приложение №1



### Приложение №2



### Приложение №3



### Приложение №4



## Приложение №5



## Приложение №6





Приложение №7



Приложение №8



Приложение №9





Приложение №10



Египет, 1910 г.

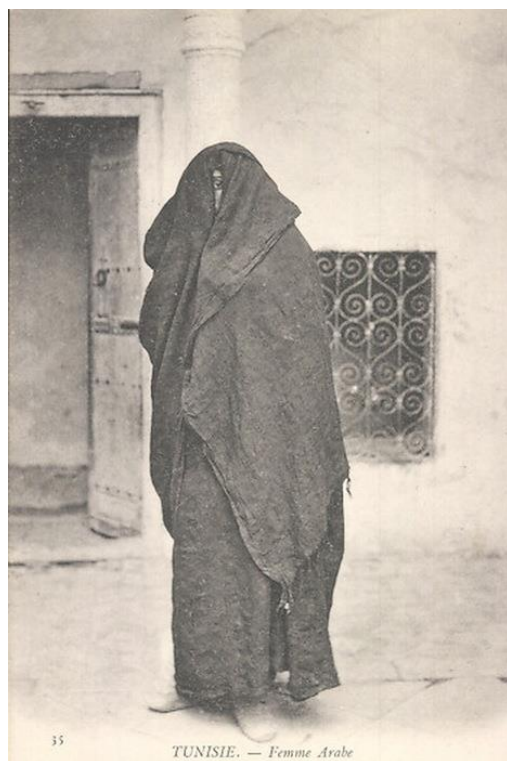
Приложение №11



## Приложение №12



## Приложение №13



## Приложение №14



## Приложение №15



Приложение №16



Приложение №17



## Приложение №18



## Приложение №19





Приложение №20



Приложение №21



